

Федеральное агентство по образованию
ГОУ ВПО «Российский государственный профессионально-
педагогический университет»
Институт Искусств
ГОУ ВПО «Уральская государственная архитектурно-
художественная академия»
Институт Урбанистики

**Медиакоммуникативная культура
студентов современного вуза в контексте
дизайн-образования**

Коллективная монография

Екатеринбург 2009

УДК 378:74
ББК Ч 448.971
М 42

А в т о р ы :

В.П. Климов (введение, гл. 4, гл. 9, гл. 12); Г.Б. Захарова (гл. 1, гл. 5);
Г.П. Климова (гл. 2 - 3, гл. 10 - 11); Е.Ю. Глазырина (гл. 6);
С.З. Гончаров (гл. 7); А.М. Соломатин (гл. 8), М.В. Пучков (гл. 8);
Х. Кавано (гл. 10); К. Тойама (гл. 11); И. Зиммерман (гл. 12).

Медиакоммуникативная культура студентов современного вуза в контексте дизайн-образования [Текст]: коллект. моногр. / под ред. В.П.Климова, Г.П. Климовой; ГОУ ВПО «Рос.гос.проф.-пед. ун-т». Екатеринбург, 2009. 109 с.

Коллективная монография является результатом проведенных исследований новейших медиакоммуникативных программ и информационных технологий, а также опыта их педагогической интерпретации, накопленных в ряде уральских вузов, ведущих подготовку по архитектурным (дизайнерским) специальностям. Книга направлена на осмысление возможности введения в научный оборот и педагогическую практику понятий медиакультуры, содержит описание некоторых методологических приемов и особенностей дизайн-образования как инструментария внедрения мультимедийной культуры в учебный процесс. Предназначена для преподавателей и студентов высших учебных заведений.

Публикация книги осуществлена при поддержке РГНФ-Урал, 2009, №09-06-83684 з/У.

Редакционная коллегия: Г.П. Климова, А.М. Соломатин, Г.Б. Захарова.

Рецензенты: д-р пед. наук, проф. ГОУ ВПО «Российский государственный профессионально-педагогический университет» В.А. Федоров, канд. физ.-мат. наук, доц. ГОУ ВПО «Уральская государственная архитектурно-художественная академия» А.И. Кривоногов.

© ГОУ ВПО «Российский государственный
профессионально- педагогический
университет», 2009

Оглавление

Введение.....	4
Раздел 1. МЕДИАКОММУНИКАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ГЛОБАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОСТИ.....	6
Глава 1. Мультимедиасреда: основные функции, направления и маркетинговый инструментарий.....	6
Глава 2. New Media в возрасте глобализации.....	19
Глава 3. Коммуникации в социальных медиа: диалоговое телевидение, виртуальная реальность и молодежная среда.....	26
Глава 4. Медиапространство как постмодернистский феномен коммуникации и сфера социального взаимодействия в образовании.....	39
Раздел 2. КИБЕРРЕАЛЬНОСТЬ И НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ.....	50
Глава 5. Мультимедиа технологии как основа междисциплинарной интеграции.....	50
Глава 6. Компьютерная музыка: методологические аспекты использования информационных и коммуникационных технологий как фактор интеграции содержания дополнительного образования.....	60
Глава 7. Креативный аспект применения наглядности в рамках мультимедийных средств вуза.....	64
Глава 8. Перспективы развития визуальной культуры студентов уральских вузов в условиях усиления медиакоммуникативной направленности отечественного образования.....	69
Раздел 3. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ В КОНТЕКСТЕ КИБЕРРЕАЛЬНОСТИ.....	79
Глава 9. Реально-виртуальный мир образования: «в ожидании Годо»...	79
Глава 10. Компьютерная эстетика: Бог интерфейса в волшебном круге.	85
Глава 11. Метафизика восприятия: тактика Персея.....	92
Глава 12. Медиакоммуникативная культура будущего дизайнера как способность и компетенция: портрет студента в интерьерах образования.....	98
Сведения об авторах.....	107

Введение

Глобальные социально-культурные изменения, вызванные массовым распространением медиакультуры, изменили характер требований, предъявляемых к молодому специалисту работодателями, заключающихся в умении использовать новейшие приемы и технологии медиакультуры, а также самостоятельно осваивать многочисленные специализированные информационные программы, зачастую отсутствующие в учебных планах вузов.

Объектом внимания десяти ученых из разных стран, городов, вузов явилось исследование медиакоммуникативной культуры как очевидного феномена современной информационной эпохи и специфики его проявления в культуре студента. Авторами была предпринята попытка осмысления возможности введения в научный оборот и педагогическую практику понятий медиакультуры; даны: описание некоторых методологических приемов и особенностей дизайн-образования как инструментария внедрения мультимедийной культуры в учебный процесс; определение целесообразности дальнейшего исследования этой проблемы в рамках мероприятий различного уровня. Медиакоммуникативная культура как разновидность культуры в целом, понимается, с одной стороны, как социально-культурное медиапространство и медиафон, которые оказывают все большее влияние на формирование образожизненных характеристик поколений постинформационной эпохи. С другой стороны, и в другом качестве медиакоммуникация предстает как способность, компетенция и инструментарий студента современного вуза, входящего в креативное поле получения качественного, по современным меркам, профессионального образования. Причем, учитывая первый и предварительный этап нашего обращения к заявленной проблематике, мы ориентировались на студента архитектурного (дизайнерского) профиля. Ведь именно здесь наиболее значима медиаадаптация и очевиден амбивалентный характер учебной и будущей проектной деятельности дизайнера – продуктивное присвоение медиаинформации и реализация медиакомпетенций в процессе создания дизайн-продукта.

Анализ содержания материала присланных статей, а также научные гипотезы и концептуальные позиции авторского коллектива, позволили на этом основании выявить смысл и сгруппировать основные проблемы, составившие и определившие, в свою очередь, структуру и содержание коллективной монографии. В книге исследуются новые средства информации, описываются новые формы, форматы, масштабы медиа - средств и технологий – от компьютерных игр к YouTube, от пользовательских Интерфейсов к нестандартному инструментарию медиадизайна и т.д. Авторы попытались дать интегральный подход к заявленной теме, учитывающий и технологическое, и социальное функционирование средств информации. Тексты глав дают представления о самых, порой неожиданных сторонах медиакультуры, оставаясь в динамической связи между собой, проблемами образования, дизайн-образования и новым пониманием компетентностного подхода в обучении молодого специалиста.

Авторы-составители позволили себе постмодернистскую методологическую игру в проектировании структуры монографии. Традиционный принцип научных публикаций «от общего к частному» нашел свою реализацию в ранжировании материала по трем главам, где заявленная проблематика медиакоммуникативной культуры рассматривается в детерминированной смысловой триаде: медиакультура – медиаобразование – медикомпетенция. С другой стороны, содержание статей, отражающих неоднозначные позиции авторов, иллюстрирует основные признаки полипарадигмальности современной культуры: плюрализм, сочетающийся с провокационной полемикой; коллажирование и цитирование как принципы научного исследования, ироническая дистанция автора по отношению к объекту внимания и т.д. Идея дизайн-образования в новой киберреальности представлена нами как мифопоэтический образ щита Персея как инструмента, отражающего как современную реальность, так и виртуальную, принимающую предполагаемый образ Медузы, фантома Невидимого Другого.

Раздел 1.

МЕДИАКОММУНИКАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ГЛОБАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОСТИ

Глава 1. Мультимедиа среда: основные функции, направления и маркетинговый инструментарий

Как всякое явление, тенденция всеобъемлющего распространения мультимедиа имеет как положительные, так и отрицательные стороны. Негативные стороны могут проявляться в зависимости от области применения, главное их осознавать и научиться управлять ситуацией. Так, в образовательном процессе применение продуктов мультимедиа занимает все большее место. Новые технические средства, например интерактивные доски, становятся мощным инструментом для эффективной организации обучения. Однако многие преподаватели, пережив увлечение мультимедийной подачей материала, обнаружили неглубокое усвоение студентами изучаемого предмета. Если обучаемый не пропишет основные моменты, не зафиксирует определения «от руки», не выделит главное, он легче забудет показанное. На занятиях становится очень важным не просто просмотр материала как иллюстрации к лекции или сопровождающий слайд-доклад, а обеспечение интерактивного взаимодействия в процессе обучения. В этом смысле важно использовать обучающие программы-тренажеры, с помощью которых пользователь может в своем темпе усваивать материал, проходить контрольные тесты, а мультимедийная составляющая позволит в условиях, приближенных к действительности, отрабатывать необходимые навыки.

Мультимедиа (multi – много, media – среда, т.е. много сред) – это «одновременное использование различных форм представления информации и ее обработки в едином объекте-контейнере» (свободная электронная Интернет-энциклопедия Википедия). Другими словами, мультимедиа является современной компьютерной информационной технологией, позволяющей объединить в единой информационной среде различные типы данных, таких как текст, графика, фотография, анимация,

видео, звук. В настоящее время это одно из наиболее перспективных и популярных направлений информатики, цель которого – создание продукта, содержащего синтез изображений, текстов и данных, сопровождающихся звуком, видео, анимацией и другими звуковыми и визуальными эффектами с механизмами интерактивного управления.

Одним из важнейших принципов мультимедиа продуктов является высокохудожественный дизайн. Только при соблюдении законов красоты разработка становится эффективным инструментом в области применения. Вот почему представляется необходимым развитие художественного вкуса человека в процессе всего периода обучения, начиная с самых ранних лет. Будь то пользователь или разработчик мультимедиа, он должен хотя бы интуитивно, а лучше осознанно, воспринимать и создавать объекты по законам гармонии. Основы композиции, шрифты, цветоведение, музыкальная культура, компьютерная грамотность – вот минимальный перечень знаний и умений современного специалиста наряду с его профессиональными навыками.

Мультимедиа продукты создаются на базе программно-аппаратного комплекса, состоящего из компьютера с возможностью подключения к нему аудио- и видеотехники. Технические вопросы, касающиеся мультимедиа, определяются совместной обработкой разнородных данных: цифровых и аналоговых, видео и графических изображений и т.п. В компьютере все данные хранятся в цифровой форме, в то время как теле-, видео- и большинство аудиоаппаратуры имеет дело с аналоговым сигналом. Первые системы мультимедиа создавались в результате стыковки разнородной аппаратуры с компьютером и предоставлении компьютеру возможностей управления этими устройствами. Дальнейшее развитие мультимедиа происходило в направлении объединения разнородных типов данных в цифровой форме в единой среде на одном носителе. Современный мультимедиа-компьютер укомплектован стереофоническими колонками, микрофоном и дисководом для оптических компакт-дисков. Кроме того, внутри компьютера находится аудиоадаптер, позволяющий перейти к прослушиванию чистых стереофонических звуков через акустические колонки с встроенными

усилителями. Все оборудование, отвечающее за звук, объединяется в так называемые звуковые карты, а за видео – в видео карты.

Именно развитие технических и системных средств обеспечивает прогресс мультимедиа технологий. Это непрерывно возрастающие объемы оперативной и внешней памяти, быстродействие, графические возможности, достижения в области видеотехники, лазерных дисков, а также их массовое внедрение. Важную роль играет также разработка методов быстрого и эффективного сжатия информации. Появление систем мультимедиа производит революционные изменения в таких областях, как образование, наука, искусство, компьютерный тренинг, во многих сферах профессиональной деятельности, является основой любой рекламы.

Основными функциями применения продуктов, созданных в мультимедиа технологиях, являются: маркетинговая, образовательная, научно-исследовательская, развлекательная.

Маркетинговая функция. Мультимедиа-презентация – это, прежде всего, действенный маркетинговый инструмент, выполняющий ряд ключевых задач, таких как оформление рекламных кампаний и акций по продвижению продукта; информирование целевой аудитории (потребителей, партнеров, инвесторов) о товарах, услугах и новинках; поддержание престижа компании посредством целевого распространения мультимедиа носителей среди клиентов или партнеров. Использование мультимедиа продуктов с этой целью является способом продвижения объекта среди потенциальных потребителей соответствующей информации.

Образовательная функция. Компьютерный тренинг становится важной составляющей образовательного процесса, особенно в получающих все большее распространение системах дистанционного обучения. Как блоки обучающего и тестирующего материала, так и интерфейсная составляющая повышают эффективность обучения при умелом введении в них мультимедийных элементов. В настоящее время создание мультимедийных обучающих курсов является актуальной и динамично развивающейся отраслью. Существуют специальные лаборатории в вузах, самостоятельные фирмы, которые производят

большое количество обучающих дисков по самым разным предметам. Однако ряд специальностей имеют настолько специфические предметы, что преподавателю приходится сталкиваться с задачей самостоятельной разработки мультимедиа сопровождения своего курса. При создании обучающих курсов выдвигаются высокие требования к достоверности, репрезентативности и полноте материала. Если преподаватель-предметник владеет инструментами для создания обучающих курсов, знает специфику этого компьютерного жанра и психологию восприятия информации, представленной на экране компьютера, он может разработать полноценный продукт в соответствии с целями и задачами учебного курса. Поэтому мы и подчеркиваем важность обучения разработке мультимедиа продуктов непрограммирующим пользователем, прежде всего, в преподавательской среде. Поэтому разработчики программного обеспечения должны предлагать простые в обучении и в то же время не слишком ограниченные по функциональности средства для компоновки мультимедиа продуктов. Пока же, довольно часто обучающие программы делаются под заказ, а соответственно и «под ключ». Дальнейшая модификация, адаптация таких продуктов может быть сделана только самими разработчиками, которые к моменту необходимости развития продукта могут быть уже недоступны.

Кроме технологических проблем освоения средств подготовки презентаций и курсов, могут быть проблемы методического и психолого-педагогического плана, связанные с неготовностью многих преподавателей к эффективной реализации развивающих свойств интерактивных мультимедиа-сред. Среди них: усложнение деятельности преподавателя, интенсификация подготовки к занятиям, снижение внимания учащихся к объяснению преподавателя, возможная отчужденность учащихся. Основные причины неэффективности использования мультимедиа могут быть связаны как с низкой интерактивностью, открытостью и дружелюбностью большинства мультимедиа-продуктов, так и с недостаточной квалификацией преподавателей в использовании современных информационно-компьютерных технологий.

Научно-исследовательская функция. Средства мультимедиа в данном случае могут применяться на этапе публикации итогов исследования, когда вместо привычных "твердых" полиграфических изданий мы получаем мультимедиа продукт. В библиотечном, музейном и архивном деле для документирования коллекций источников и экспонатов, их каталогизации и научного описания, автоматизации поиска и хранения, для обнаружения данных о местонахождении источников, справочной информации, для организации работы ученых не с самими документами, а с их электронными копиями и т.д. без электронных, в том числе мультимедийных, средств не обойтись. При разработке подобных систем также возникают интересные научные задачи – как организовать поиск графической информации в соответствующих базах данных? Без привлечения методов искусственного интеллекта здесь не обойтись. Имитационное моделирование, сопровождающееся динамической графикой, может отобразить различные процессы во времени, например, способы эвакуации людей в заданном помещении с выдачей рекомендаций по оптимальному расположению выходов. Трехмерные визуализации используются при реконструкции зданий и сооружений, они широко применяются в области геоинформационных систем, которые связаны с изучением объектов в их привязке к географическим координатам. Модели зданий могут быть визуализированы в заданной местности и, при необходимости, с выполнением аналитических расчетов по определенным тематическим слоям (численность населения, дорожные сети, инженерные коммуникации и пр.). Лазерное объемное сканирование объектов архитектуры, например, исторических памятников, с последующей трехмерной реконструкцией позволяет создавать мультимедийные базы данных для каталогизации этих объектов с целью их изучения, измерения, воссоздания и использования для демонстрации.

Если говорить о таком современном направлении в автоматизации инженерного оборудования зданий, как «умный дом», то и здесь мультимедиа технологии имеют большие перспективы. Приложения, которые в интерактивном режиме смогут показать разные способы компоновки системы и визуально ответить на вопрос: «Что будет, если...»,

помогают выбрать наилучший вариант проектирования подсистем освещения, отопления, кондиционирования и пр.

Велики перспективы применения мультимедиа в медицине: методики операций с демонстрацией видеоматериалов и трехмерным моделированием объектов. Новые технологии визуализации состояния человеческого организма, такие как компьютерная томография, магниторезонансное обследование, ультразвуковое зондирование и другие позволяют получать информацию, которая после соответствующей обработки представляется в удобном для интерпретации трехмерном виде.

Как только графические системы стали обладать достаточной производительностью для создания сложных динамических изображений, они нашли свое применение в качестве средства моделирования реальной обстановки на разного рода тренажерах. Первыми такие системы освоили авиаторы и использовали для обучения пилотов на земле, что позволило значительно снизить стоимость обучения, гарантируя при этом его высокое качество и безопасность.

Трехмерные сцены являются основой систем виртуальной реальности, которые требуют дополнительного специфического оборудования для взаимодействия с компьютером и позволяют создать эффект присутствия пользователя в виртуальном мире. Для этого нужны специальные очки с двумя миниатюрными стереодисплеями, воспринимающими движения глаз для формирования соответствующего ракурса изображения, квадранаушники, перчатки, которыми можно «брать» виртуальные объекты, ощущая их вес и размер, костюмы для отслеживания координат тела, в котором можно «войти» в смоделированное пространство. Такой интерактивный способ изучения модели и преобразования виртуального пространства изнутри позволяет достигать новых результатов в области автоматизированного проектирования сложнейших объектов, например, судов и самолетов, при разработке различных тренажеров, при изучении внутренних структур чего угодно – химических соединений, кровеносной системы, даже трехмерной блок-схемы программы.

Развлекательная функция. Многие фильмы содержат фрагменты анимации или являются таковыми целиком. Развлекательный сектор Интернета немыслим сегодня без компонентов мультимедиа. Многие современные компьютерные игры могут представлять собой прекрасные образцы реалистической трехмерной графики. Одним из приложений даже такой сложнейшей технологии, как системы виртуальной реальности, также являются развлечения. Даже музыкальный диск сегодня – это не только качественная запись самих произведений, но и фотографии и видеоматериалы, относящиеся к жизни и творчеству композитора, составу и расположению оркестра, истории к устройству каждого инструмента. Можно просматривать на экране партитуры, выделять и прослушивать отдельные темы или инструменты, знакомиться с рецензиями и т.д.

Креативная функция. Помимо информационных применений развиваются и креативные, позволяющие создавать новые произведения искусства. Уже сейчас станция мультимедиа становится незаменимым авторским инструментом в кино и видеоискусстве. Автор фильма на экране специальной настольной системы создает композиции из заранее подготовленных фрагментов, нарисованных, снятых или записанных. Он имеет практически мгновенный доступ к каждому блоку материала и возможность электронного монтажа с точностью до кадра. Ему подвластны всевозможные видеоэффекты, наложения и преобразования изображений, манипуляции со звуком, компоновка звукового сопровождения из звуков от различных внешних аудиоисточников, из банка звуков или программ звуковых эффектов. Применение обработанных или сгенерированных компьютером изображений может привести к появлению новой техники в изобразительном искусстве или кино. Можно также создать современный интерактивный театр, когда живые персонажи «перемещаются» на проектируемое изображение, совершают там немыслимые фантастические действия, обращаются к зрителю, в зависимости от реакции может быть выбрано несколько сценариев дальнейшего развития и т.д.

Как отмечено на сайте www.cural.ru крупнейшей на Урале компании по разработке мультимедийных продуктов «КСК (компьютер сервис

консалтинг)», стремительное развитие и масштабность применения в сфере бизнеса мультимедиа-презентаций объясняется в первую очередь следующими преимуществами использования мультимедиа в качестве маркетингового инструмента.

Информационная емкость. Возможность в одной презентации разместить большой объем различной информации, позволяет в полной мере продемонстрировать преимущества и достоинства рекламируемого продукта.

Компактность и мобильность. В качестве носителей для мультимедиа-презентации могут быть использованы различные типы дисков, USB-карты или электронные визитные карточки, но независимо от формы и емкости, все эти типы носителей отличаются компактностью и удобством хранения, в каждом из носителей можно разместить до нескольких десятков презентаций. Носитель, ноутбук или карманный компьютер – это все, что требуется для проведения мультимедиа-презентации.

Эмоциональная привлекательность. Мультимедиа-презентации дают возможность представить информацию не только в удобной для восприятия последовательности, но и эффектно сочетать звуковые и визуальные образы, которые создадут позитивное отношение к представляемой информации.

Наглядность. Ключевой аргумент использования мультимедиа-презентаций. Отличительные особенности, свойства и преимущества рекламируемого продукта можно предельно реалистично продемонстрировать с помощью современных графических и видео технологий мультимедиа-презентаций.

Интерактивность. Возможность непосредственно управлять ходом презентации, выбрать нужный для представления блок информации дают возможность фокусировать внимание собеседников на ключевых моментах.

Экономическая выгода. Тиражирование мультимедиа-презентаций на дисковые носители стоит гораздо ниже, чем полиграфический способ. Возможность многократного использования одной мультимедиа-

презентации, дополнения ее новыми материалами, модификации интерфейса и звукового ряда имеет также неоспоримые преимущества.

Многофункциональность. Однажды созданная презентация может иметь до десятка различных способов использования, начиная от применения мультимедиа для поддержки PR-акций и выставочных мероприятий до демонстрации при личных контактах с потенциальным клиентом или партнером.

Многокомпонентную мультимедиа-среду разделяют на три группы: аудиоряд, видеоряд, текстовая информация.

Аудиоряд может включать речь, музыку, спецэффекты (шум, гром, скрип и т.д.), объединяемые обозначением WAVE (волна). Главной проблемой при использовании этой группы мультисреды является информационная емкость. Для записи одной минуты WAVE-звука высшего качества необходима память порядка 10 Мбайт. Для решения этой проблемы используются методы компрессии звуковой информации.

Другим направлением является использование в мультисреде звуков MIDI (Musical Instrument Digitale Interface). В данном случае звуки музыкальных инструментов (одноголосая и многоголосая музыка, вплоть до оркестра), звуковые эффекты синтезируются программно-управляемыми электронными синтезаторами. Коррекция и цифровая запись MIDI-звуков осуществляется с помощью музыкальных редакторов (программ-секвенсоров). Главным преимуществом MIDI является малый объем требуемой памяти – 1 минута MIDI-звука занимает в среднем 10 Кбайт.

Видеоряд по сравнению с аудиорядом характеризуется большим числом элементов. Выделяют статический и динамический видеоряды.

Статический видеоряд включает растровую и векторную графику (рисунки, символы в графическом режиме, трехмерные модели) и фото (фотографии и сканированные изображения). Графическая информация связана, как правило, с большими объемами памяти, поэтому здесь применяются технологии сжатия данных, представляющие собой методы хранения одного и того же объема информации путем использованием меньшего количества бит. Особое значение эта оптимизация имеет при

публикации графической информации в сети Интернет. Графику необходимо предварительно оптимизировать для уменьшения ее объема и как следствие трафика. Сетевая графика представлена преимущественно двумя форматами файлов - GIF (Graphics Interchange Format) и JPG (Joint Photographics Experts Group). Оба этих формата являются компрессионными, то есть данные в них уже находятся в сжатом виде.

Динамический видеоряд представляет собой последовательность статических элементов (кадров). Можно выделить три типовых группы: обычное «живое» видео последовательность фотографий (около 24 кадров в секунду); квазивидео разреженная последовательность фотографий (6-12 кадров в секунду); анимация – последовательность рисованных изображений.

При работе с цифровым видеосигналом возникает необходимость обработки и хранения очень больших объёмов информации. Объем видеoinформации можно заметно уменьшить без заметной деградации изображения с помощью MPEG-сжатия.

Текст часто является организующим элементом мультимедиа продукта, начиная с броских названий и заканчивая разного рода комментариями и статьями, сопровождающими презентацию. Разработаны различные методы и средства преобразования текстовых документов между различными формами хранения с учетом структуры документа, управляющих кодов текстовых процессоров, ссылок, оглавлений, гиперсвязей и т.п., присущих исходному документу. Возможна работа со сканированными текстами, предусмотрено использование оптического распознавания графических символов в текстовый формат.

В соответствии с многочисленными применениями мультимедиа продукты представляются самыми разнообразными форматами. Представим некоторые из них.

Имиджевая мультимедийная презентация. Необходима каждому предприятию, организации для формирования брэнда. Например, это диск или корпоративный сайт с описанием истории, представлением сотрудников, с обращением руководителя о миссии, целях, задачах, контакты, яркое и выразительное представление продукции. Может быть

реализовано в виде виртуального здания с «прогулкой» по его офисам. Необходим элегантный фирменный стиль, запоминающийся логотип.

Слайд-шоу. Как правило, это «конспект» доклада, сопровождающий выступление. Требуется профессионального дизайнерского оформления с использованием различных эффектов – анимационных, звуковых.

Рекламный ролик. Современное телевидение настолько перенасыщено данным видом продукцией, многообразие настолько велико, что охватывает практически весь арсенал мультимедийных технологий.

Сферическая 3D-панорама и виртуальный тур. Представим этот вид более подробно как один из наиболее эффектных способов представления объектов.

3D-панорамы, сферические панорамы, виртуальные 360-градусные панорамы – это названия-синонимы, которые определяют фотореалистический способ демонстрации объемного пространства в интерактивном режиме. В данной технологии панорамное изображение выглядит так же, как и обычная фотография, но только до тех пор, пока пользователь не начнет, двигая мышью по изображению, перемещать угол зрения во всех возможных направлениях. На экране монитора создается панорамное 3D-изображение, окружающее зрителя сферой в 360 градусов. Просматривая виртуальную 3D-панораму, зритель получает больший объем визуальной информации, чем на обычной фотографии. Управляя клавишами или мышью, можно оглядеться вокруг или обернуться, приблизить и отдалить интересующий предмет, развернуть картину под нужным углом. Такая интерактивность виртуальных панорам создает эффект присутствия. Это значимое преимущество, которое выделяет виртуальные сферические панорамы среди других средств визуализации. Если несколько панорамных фотографий соединить активными переходами, по которым можно передвигаться из одной 3D-панорамы в другую, то это уже будет виртуальный тур. Виртуальный тур, как и отдельные 3D-панорамы, могут включать Flash-анимацию, звуковое сопровождение и другие мультимедийные элементы. Создание виртуальных туров и 360-градусных сферических 3D-панорам – эффективный способ привлечения внимания в различных бизнес-проектах.

3D-панорамы применяются, когда необходимо показать внутренние интерьеры помещений, внешний вид и окружение здания, обстановку или пейзаж в объектах строительства и архитектуры, дизайн интерьеров, автосалоны, в торговле, туризме и многое другое.

Самое широкое применение технология виртуальных панорам нашла в области торговли недвижимостью. К примеру, в США, панорамные снимки постепенно становятся своеобразным стандартом среди риэлтерских фирм, и практически полностью заменяют обычные фотографии объектов. Применение панорам дает гибкость и свободу. Пользователь может управлять вниманием зрителя, выбирая наиболее выгодные ракурсы объектов и снабжая их соответствующим комментарием. Преимущество над конкурентами заключается в том, что наличие на сайте панорамы выделяет его из массы других страниц, т.к. пока еще снимки 360-градусных панорам все еще слабо представлены в рунете. Большое значение панорамные снимки имеют при создании презентаций. Их использование значительно обогащают презентацию, давая возможность зрителям практически в реальном пространстве осмотреть внешнее окружение или объект, о котором рассказывается в презентации (интерьеры и внутренне убранство зданий, пейзажи, репортажи с мест событий, виртуальные путешествия, экскурсии по музеям и др.). Это могут быть как маленькие презентации компании или объекта в виде CD-визиток, так и объемные и содержательные презентации с большим количеством информации, мультимедийными эффектами и программированием.

Особое значение данная технология приобретает в области образования. Программы обучения (в том числе он-лайн) могут содержать виртуальные туры по географическим объектам, историческим местам, в том числе реконструкциям исторических событий. Программы можно снабдить звуковым сопровождением, текстовыми описаниями, пояснениями. Все это может превратить сухое изложение материала в живое, увлекательное занятие, повышая интерес к предмету и эффективность процесса обучения.

Кроме того, необходимо сделать и саму технологию предметом обучения - ввиду того, как быстро набирают популярность профессии, связанные с компьютерными технологиями.

Виртуальные туры и сферические 3D-панорамы могут быть сделаны с использованием Flash технологий (Flash-панорамы), стандарта QTVR (виртуальная реальность QuickTime) или Java (виртуальные панорамы и туры для Java-просмотрщиков). Достаточно распространена и технология IPIX, которую ряд разработчиков стали относить к разряду устаревших (ядро IPIX не обновлялось с 2000 года). Для создания сферических панорам используется определенная техническая база – профессиональные фотокамеры, сферические панорамные головки, штативы и уровневые платформы. После проведения фотосъемки выполняется программная обработка снимков, включающая склейку проекции, обработку, ретуширование и формирование конечных файлов панорамы.

3D визуализация и анимация. Если трехмерные панорамы строятся на основе реалистических фотоизображений, то трехмерное моделирование благодаря достижениям в области аппаратного и программного обеспечения позволяет воссоздать любой виртуальный объект в фотореалистическом варианте. 3D-модели применяются при реконструкции архитектурных объектов, как утраченных исторических памятников по их описаниям или чертежам, так и предлагаемых к реализации проектов. Модель позволяет представить объект заказчику снаружи и внутри с привязкой к прилегающей территории. Данная возможность востребована в целях повышения безопасности эксплуатируемых объектов. Если соответствующие службы имеют базу данных объектов особой важности, каждый из которых представлен в послойной идеологии – слой инженерных коммуникаций, слой электросетей, подъездные дороги и пр., то появляется возможность предупреждать или быстро и качественно устранять последствия нежелательных ситуаций. В телевидении, кинематографии и рекламном деле широко используются средства компьютерной графики, позволяющие создавать анимационные изображения, практически неотличимые от реальных.

Глава 2. New Media в возрасте глобализации

Канадский теоретик коммуникаций и пророк «электронной эпохи» Маршалл Маклюэн сегодня известен во всем мире. Заслуги Маклюэна часто сводят к тому, что он предсказал роль электронных СМИ в современную эпоху и их связь с глобализацией, активизировал исследования массовой культуры и СМИ и создал ряд удачных афоризмов, ставших «брендами», таких как «Средство коммуникации есть сообщение», «глобальная деревня», «Гуттенбергова галактика» и др. [1]. Маклюэну отводится место «великого провидца, который, несмотря на чрезмерное пристрастие к гиперболам, революционизировал мышление в сфере коммуникаций»[2]. На этом общем фоне сформировался особый стиль цитирования Маклюэна, который можно описать следующей формулой: «Это единственное надежное положение Маклюэна. Все остальные спорны»[3].

В книге «Понимание средств коммуникации» речь идет о том, что Медиа — это не только СМИ, как часто считается. Сюда включаются такие разные вещи, как электрический свет, устная речь, письмо, дороги, числа, одежда, жилище, город, деньги, часы, печать, комикс, книга, реклама, колесо, транспортные средства (велосипед, автомобиль, самолет), автоматическое оборудование, фотография, игры, пресса, телеграф, пишущая машинка, телефон, фонограф, кино, радио, телевидение, оружие и многое другое. Объединяет все это многообразие то, что это «технологии», или «посредники», введение которых вносит существенные изменения в коммуникацию человека с окружающим миром (как природным, так и социальным) и реорганизует его способ мировосприятия и образ жизни. Эти «средства» рассматриваются Маклюэном как внешние расширения человека, как непосредственные технические продолжения его тела, органов чувств и способностей. Будучи такими расширениями, они в конечном итоге отделяются от человека и обретают власть над ним. Это отделение «средств» от человека метафорически описывается Маклюэном как «ампутация»: развитие технологической инфраструктуры человеческого тела (а затем и человеческих коллективов) сопровождается

последовательной «ампутацией» всевозможных человеческих способностей. Развитие электронных средств интерпретируется в этом плане как финальная «ампутация» человеческого сознания. Способности человека выносятся за пределы его самого, приобретают собственную (далекую от человеческой) логику и навязывают эту логику социуму, хочет он того или нет. Перед лицом этой отчужденной технологической инфраструктуры человек оказывается слабым и зависимым существом, которого, однако, спасает то, что он не сознает того, что с ним происходит: он радуется широким возможностям, которые ему предоставляет эта технологическая электронная машинерия, и с оптимизмом теряет самого себя, как Нарцисс, парализованный своим отражением в воде. Метафора Нарцисса, погруженного в наркотическое опьянение собственной овнешненной сущностью, — центральная для труда Маклюэна. Парадоксально, то что, когда Маклюэн предрекал грядущую «электронную эпоху» и «глобальную деревню», многие критики считали его оптимистом [4]. Размышления пророка окрашены в очевидные апокалипсические тона. Когда Маклюэн (как мыслитель-католик) говорит о том, что электронные средства коммуникации возвращают человека в Эдем, утраченный им в «Гуттенберговой галактике» книгопечатания, оптимизм здесь может быть только один: оптимизм верующего христианина, узревшего приближение «последней битвы добра и зла». Этот подтекст размышлений Маклюэна и нам нельзя упускать из виду.

Действительно, глобализация и компьютерная революция второй половины XX века знаменуют рождение новой информационной эпохи. Вот уже несколько десятилетий мы живем в новой культурной парадигме, которая привела нас от добровольного к принудительному информационному обеспечению. Объем и качество информации определяют развитость и цивилизованность нашего общества. Оказались оттесненными прежние «бренды»: век науки, прогресса, атома, космоса и проч. Современная постинформационная ситуация отражает какое-то новое качество и ставит человека перед необходимостью формирования обновленного мировоззрения или, по крайней мере, упорядочивающей ревизии прежних ценностей [5].

Какими они были? В романе Кабо Абэ «Человек-ящик» говорится о том, что человек 70-х гг. был «отравлен ядом новостей», «он испытывает непреодолимую тревогу, если постоянно, без конца не запасался свежими новостями», в которых он находит средства самоуспокоения, подтверждение своего участия в событиях мира – иллюзия участия. Теперь мы с особой остротой ощущаем исчезновение того, что скрепляло повседневность и сохраняло укорененность человека в ней» [6].

Одно из самых важных приобретенных свойств современной информации – ее принципиальная фрагментарность и избыточность. Ее отличает возможность передачи содержания в отрыве от контекста и концепта. Индифферентная информация стремится быть безучастной к судьбе и переживаниям ее носителей. Именно эта ее непричастность и ценностная отстраненность позволяет механически сбрасывать ее в хранилище памяти. Тотальная связь актуального информационного пространства посредством кодов, удерживая архивную, разрушает память архаическую, опирающуюся на опыт боли, отчаяния, радости, встречи с сакральным.

«Для сознания, позволяющего отовсюду себя информировать, все становится проблематичным или безразличным» (Петер Слотердайк) роль «электронного ошейника» у Ж. Делеза, «насильственное господство режима телекратической публичности» как начала самопрограммирования масс-медиа у Б. Стросса – так характеризуются новые реалии и парадигмы.

Информация живет симуляцией знания. И здесь не важно истинна она или нет, важна лишь скорость ее предъявления и непрерывность трансляции. В работе «Виртуализация общества».[7] Д.В. Иванов на основе социологических исследований предлагает свою версию модели новейшего культурного явления - «виртуализации общества», порожденного глобальной информационной Сетью. Им предлагается оригинальный метод социологического воображения – позиции, определяющей характеристику виртуальной реальности любого рода – это замещение реальных вещей или действий их образами или симуляциями. Такое замещение обнаруживается автором в основных институциональных сферах: экономике, политике, науке, искусстве, семье.

Сходные идеи, иллюстрирующие это положение, высказывает О. Надлер [8]. Но он предлагает заменить модель «диалога культур» как средства преодоления конфликта традиционных ценностей, где они нивелируются или преодолеваются аксиологической симуляцией, методом «диалога метафор». Расширяя это понятие, как прием сравнения, при котором слово или выражение употребляется по аналогии, сходству, ассоциации, О. Надлер предлагает разрешить «конфликт миров» как соперничество метафор и как взаимное научение. Даже если результат будет не позитивным, ракурс конфликта все равно будет изменен. Прежние метафоры (конфликты позиций) будут замещаться новыми терминологическими смыслообразованиями или поглощаться более высокой метафорой. О. Надлер выводит определенную последовательность от фиксации простого конфликта до создания реструктурированной модели жизненного мира [8]. По этому поводу у нас возникает образ «Матрешки», начальное ядро которой вполне очевидно и целостно до последнего виртуального образа, расширяющиеся границы которого только угадываются и могут стать объектом конвенционального согласия по поводу реальности его существования, наподобие «улыбки чеширского кота».

Отечественный исследователь В. Савчук выявляет новый вид насилия – виртуальное насилие. «Если бы этот новый вид реальности осуществился, то наступило бы новое летоисчисление: все стало бы мифическим, прозрачным и сиюминутным, все происходило бы симультанно в настоящем времени (real time), таким образом, насилие «технофашизма нельзя было бы ни критиковать, не преодолевать» [9].

Саморазвитие технологий масс-медиа, тем не менее, получают идеологическую поддержку, а надстроечные социальные институты обеспечивают им некритическое правовое обоснование и лабирингирование, основанное, наверняка, на экономической тенденциозности, а также добровольное и комплиментарное теоретическое обеспечение. Оно проецирует возникновение особой среды социально-психологического воздействия, с одной стороны, как кумуляции реальных явлений, эмоционально воспринимаемых субъектом на уровне мироощущений и

оперативного миропонимания, которым действительно необходим концептуальный анализ. А с другой стороны, возникают метафорические, мифопоэтические представления этой среды в метафизической транскрипции. Последние, очевидно, манифестируют и иллюстрируют теоретическое обоснование новой виртуальной реальности и презентуются как сакральное мифологизированное элитарное знание, напоминающее «невидимую одежду короля».

Каковы обретения и утраты, происходящие при смене форм коллективной памяти? Были ли они при переходе от фольклорного способа передачи знаний к письменному, от письменного к тиражированному и теперь - от реального текста к виртуальному?

Какова социально-культурная роль электронного способа распространения информации? Быть может, электронная эра завершает какой-то более крупный виток цивилизации и одновременно открывает еще не вполне осознанный. В такой момент обостряются все накопившиеся конфликты и проявляются неизвестные ранее возможности. Удивительно то, что теперь, на новом технологическом уровне восстанавливаются многие утраты человеческой коммуникации, возвращаются достоинства культуры дописьменной памяти. Но какова ценность «коллективного бессознательного» в «глобальной деревне»?

Представление о позитивном автоматическом влиянии техники на все стороны духовной культуры и уровни социальной жизни общества породили своеобразный акмеологический эффект – «гратуал» - ощущение пребывания в виртуальной реальности более высокого уровня, чем константная реальность; оно связано с весьма приятными переживаниями, подобными эйфории или вдохновению [10].

Компьютерная революция была направлена, на первых порах, на то, что упрощает и облегчает существование человека в информационной среде. Но, как и любая революция на каком-то этапе выходит за границы сугубо практической помощи и социального контроля, порождая очередной культурный «взрыв», смену парадигм. Сегодня ПК (персональный компьютер) уже не воспринимается как информационный помощник, а как порожденное им «окно» в незнакомую виртуальную

реальность. Новые знаковые системы, визуальные средства предъявления информации и искусственные языки провоцируют освоение, но не осознание невнятных ранее смыслов бытия.

На социально-культурном уровне ими порождены следующие проблемы:

- соотношение субстанциональной (антропоморфной) и виртуальной реальностей в современных представлениях о мироустройстве;
- освоение новейших практик, средств и специфики проектного языка медиадизайна;
- дифференцированная степень усвоения виртуального языка и средств, порождающая на субъектном уровне различные образы и миры;
- адаптация опыта проектирования сложных объектов в реконструкции «культурных смыслов» и «культурных образцов» и т.д.

Они, в свою очередь, определили очевидную дифференциацию профессионального уровня субъектов медиатворчества и диффузию типологии их адресатов по признаку их готовности, ценностных предпочтений при анализе произведений и продуктов медиадизайна. В парадигме социализации и образования личности, возникающие проблемы можно сфокусировать, выделив несколько вопросов, связанных с последствиями глобализации и освоением новейших средств медиакommunikативной культуры:

1. В какой мере культура как предмет трансляции образовательной системы повлечет за собой содержательные или структурные изменения?

2. Насколько изменяющиеся медиакommunikативные средства и среда культурного воздействия приведут к полной или частичной ревизии ценностного содержания?

3. Результатами глобализации культуры могут стать:

а) унификация и гомогенность программ социализации, ведущих к одной тотальной модели социума и личности;

б) доминирование одного федерального компонента модели обучения над другим;

4. Если это виртуальное *нечто* является случайным «неопознанным объектом», то затрагивает ли оно каждого в равной мере или волнует только некоторых представителей интеллектуальных элит?

5. Сможет ли человек предыдущих культурных эпох (литературного или экранного поколения, поколения ТВ-эпохи) расшифровать языковые коды постмодернизма, содержание терминологических систем, обозначающих парадигмы виртуальной реальности, инобытие «другого» и т.д.

6. Какую роль может играть национальная система образования в содержании, формировании, выражении и поддержании национальной идентичности и культуры? И какие позиции она сдаст при освоении западной модели образования, при переходе на электронный модус и при замене гуманистической «Среды» педагогического воздействия на информационную «Сеть»?

7. Действительно ли в эпоху культурной глобализации происходит нивелирование ценностей духовной культуры, а их дизайн отрицает индивидуальные характер социально-культурного творчества?

8. Будет ли профессиональная артикуляция формирования субъектов национальной культуры с необходимостью вступать в противоречие с гомогенным характером и условностью содержания общечеловеческих космополитических ценностей и паттернов?

Новая электронная галактика событий уже глубоко вклинилась в «Галактику Гуттенберга». Даже без прямого столкновения опыт такого сосуществования технологий и форм сознания травматичен для любого человека. Наши самые привычные и общепринятые установки неожиданно словно превращаются в горгульи и гротеск. Знакомые институты и общественные формы становятся грозными и зловещими. Возникают суммарные трансформации: отчуждение, одиночество, замкнутость или, как следствие бездумного потребления продуктов массовой культуры – гедонизм, эскапизм, интеллектуальная и вкусовая патология «Де жа вю». Они являются естественным следствием распространения новых средств коммуникации в любом обществе и требуют скорейших и широчайших исследований [6].

В действительности же, человек остается в одиночестве перед новой реальностью, не вошедшей в коммуникативные модели самодостаточной Науки. Он вынужден пользоваться фрагментами вульгаризированного знания на свалке фактов «демократического» мира информации и на этом основании создавать оперативные конструкты миропонимания. Речь идет о разнонаправленных пространственно-временных ориентирах. В данном случае перед Путником - маргиналом, в отличие от «Витязя на распутье» с путеводным камнем – хаос изменчивых векторов пульсирующего «окна в мир».

Библиографический список

1. Encyclopedia Britannica и Encyclopedia Americana статьи о М. Маклюэне
2. *Кастельс М.* Информационная эпоха. [Текст]. М.: ГУ ВШЭ, 2000. С. 316.
3. *Андерсон Б.* Воображаемые сообщества. [Текст]. М.: КАНОН-пресс-Ц; Кучково поле, 2001. С. 56, 238;
4. *Тоффлер А.* Футурошок. [Текст]. СПб.: Лань, 1997. С. 269.
5. *Эриксен Т. Х.* Тирания момента: Время в эпоху информации. [Текст]. М.: Весь мир, 2003. С. 131–133, 203.
6. *Маклюэн М.* Галактика Гуттенберга: сотворение человека печатной культуры. [Текст]. Киев: Наука-Центр, 2001.
7. *Иванов Д.В.* Виртуализация общества. Version 2.0. [Текст] СПб.: Петербургское Востоковедение, 2002. С. 13, 18-19, 142.
8. *Василенко И.А.* Политическая глобализация. [Текст]. М.: ГУ ВШЭ, 2000. С.234-249.
9. *Савчук В.* Конверсия искусства. [Текст]. СПб.: Петрополис, 2001. С.134.
10. *Розенсон И.А.* Основы теории дизайна [Текст]: учеб. для вузов. – СПб.: Питер, 2006. - С.147- 159.

Глава 3. Коммуникации в социальных медиа: диалоговое телевидение, виртуальная реальность и молодежная среда

Бум Интернета в 90-х годах вызвал активные дебаты. Оптимисты «киберутопии» предвидели демократизацию всех сфер жизни, пессимисты же видели будущее как чрезмерное усиление власти экономически развитых государств и их исключительной роли в мире. Следовательно, с одной стороны, новую цифровую цивилизацию представили началом общей демократизации, а с другой – наступлением эпохи невиданного

дотеле социального разделения. Причем, кибероптимисты сосредотачивались, прежде всего, на внутренних функциях медиасреды, а киберпессимисты заботились о внешних параметрах нового цивилизационного устройства мира. Энтузиазм от увеличения процента женского доступа в Интернет перемежался с апокалипсическим видением детской порнографии и торговли женщинами. Развлечение, торговля, социальное единство и возможности политического участия, обучение жителей национальных окраин, продажа продовольствия, спиртных напитков, информирование граждан о новых событиях в технологии и т.д. дополняли друг друга.

Итак, новые технологии связи исключают или включают людей, освобождают их, развлекают или мобилизуют. Кажется, что миллионы пользователей информационных каналов имеют здесь достаточную степень свободы. Могут выбирать для посещения все, что они предпочитают и, главное, в удобное для них время. Оптимисты также как и пессимисты отмечают приемлемую анонимность участия. Хорошо подобранные изображения, броские тексты создают «липкий Вебсайт», к которому посетители продолжают возвращаться: постоянно возникают новые комбинации, изменяются границы между информацией, развлечением, торговлей и рекламными объявлениями. Западные аналитики Давенпорт и Брайден [1] сравнивают Сеть с Луна-парком. Посетители окружены соблазнами, позволяющими временно забыть о реальности. Происходит снятие напряжения ежедневной реальности и социальных отношений в виртуальном мире ролика. Уходит рутинность повседневности: в играх на деньги эксплуатируется и удовлетворяется алчность, а «волшебные парки» дают надежду, что феи существуют. Посетитель постоянно меняет свои роли и «находит себя».

То же самое наблюдение характерно и для Интернетовских пользователей. Диалоговые игры, совершенные в мире электронных фантомов при поиске информации или развлечения влекут за собой открытие все новых и новых окон и входов в другую интригующую реальность. Согласно некоторым исследованиям [2], этот опыт ведет к новым формам самосознания и идентичности. Предметное поле

Интернетовского использования - не унитарно, устойчиво, прогнозируемо, но ризоматично [3]. Цифровая революция может завершить предыдущие формы культурного существования, позволяя людям принять новые свои тождества [4]. Но остается открытым вопрос: только ли появление новых цифровых миров вызвало эту двусмысленную идентичность? Согласно литературному критику Риану [5] человек «может потерять себя» при чтении литературных текстов (примером может быть детективное, эскапистское чтиво или любовный роман). Компьютерная игра отмечена двойным сознанием. В игре Игрок представлен как герой, исследователь или созидатель, стремящийся к победе или успеху, в то же время, он знает правила игры, ощущает границы роли и цели разработчиков стратегии. Метафора множества окон, подчеркивает неопределенность положения: пользователь может видеть и касаться нескольких вещей одновременно, находиться в чередующихся состояниях между реальностью и медиацией, между прозрачностью и непрозрачностью и т.д. Подросток может посещать gamezone.com при беседе на MSN, одновременно слушая музыку или ища последний эпизод из любимого телешоу. Комбинация «серьезности» и «развлечения» иногда бывает абсурдна. Интернет может комбинировать коммерческое развлекательное сообщение с серьезной познавательной информацией, инструкцией, с целями образования и пропаганды. Много киберпессимистов подчеркивают угрозу и беспрецедентные возможности цифровой связи для социального контроля и управления. Почти неограниченный потенциал государственного манипулирования расценен ими как слишком высокая цена за информационный комфорт Интернета. Посещения его пользователями размывают границу между потреблением, сбором информации и политическим влиянием. Возможно, не каждый пользователь знает о IP номерах, личных номерах идентификации, имеющихся в каждом устройстве, связанном с Интернетом. Согласно Андреявичу (Andrejevic) [6], телевизионные образы типа Большого Брата и Американского Идола или YouTube, являются примерами того, как экономический бомонд и информационная индустрия вкладывает капитал в цифровые технологии, чтобы координировать и корректировать социальные отношения.

Совращение масс и поп-культурой и смеховая дебилизация аудитории по собственным правилам и законам, рекламное засилье, внедрение кича в телевизионный показ или Вебсайт новых коммерческих источников – примеры обслуживания интересов производителей.

Имитация коммуникативного общения т.е. «обратная связь», приглашающая аудиторию участвовать в программе - не новое явление в истории телевидения. До появления цифровых средств информации, на ТВ существовали всевозможные «реальные» ток-шоу. Они существуют и с успехом развиваются отечественными СМИ. Одной из таких программ был западногерманский показ реального преступления (Aktenzeichen XY). Студия преобразовывалась в стилизованный полицейский отдел с реконструкциями реальных уголовных дел. Программа была представлена как короткий кинематографический рассказ, в котором провоцировалось активное участие и живой интерес аудитории.

Общественность начала упрекать организаторов в том, что каждый телезритель становится любителем-полицейским. Государство и полиция сливаются в аудитории в сообщество, опутанное невидимой электронной сетью, которое стремится лишь к одному: арестовать несправедного и инакомыслящего. Таким образом, социальная арена начинает функционировать «как охотничье угодье» [7]. Избегая критики данного примера, отметим социальный эффект и диалоговые возможности информационных мультимедиа-средств, по объединению усилий многих агентов и специалистов для борьбы с преступлениями или правового просвещения пользователей.

На нашем отечественном телевидении всем известные «Окна», «Дом 2» и проч. стали развиваться по худшим европейским ТВ-сценариям. Телезрителей начали привлекать к «волнующим» размышлениям о будущих событиях в Доме или о результатах голосования на всевозможных конкурсах. В результате формировались группы фанатов, поддерживающих «Героев» и дающих рекомендации для дальнейшего развития программы. Для групп активных болельщиков различия между отредактированными эпизодами по телевидению и жизненной реальностью стали исчезать, поскольку подача «вживую» разрешила этой

аудитории наблюдать отношения в Доме, накапливать информацию и интерпретировать ее.

Отредактированные эпизоды виртуализированных событий в «Доме», намеренное усиление интриг и полярностей позиций участников других шоу, конкурсов и дебатов сделаны намеренно для управления решениями телевизионной аудитории и для приведения их в соответствие с массовыми ожиданиями, в том числе и молодежными.

Усилиями ТВ, кино и глянцевого журналов за короткий период был возведен «хрустальный» дворец *гламура*, в котором нет нищеты, болезней, старости и смерти. Собственно, там почти ничего нет. Там только персоны тусовок переходящие из одного в другой прохладные и просторные залы, где на столах - блюда с симпатичной едой, а туда-сюда фланируют красивые люди в стильных одеждах. Собственно, и все. Приходится изучать, кто с кем сегодня пришел, поскольку больше изучать нечего. Само по себе это пространство настолько же бессмысленно, безобидно и оторвано от жизни, как тьма других. Роли-фантомы «общества мечты», гламурный образ жизни, активно навязываются тем, кто его не ведет и кому он, быть может, не доступен: девочке Маше, мальчику Саше и Авдотье Петровне. Гламур отделяет человека действительности только одной стеной в масштабе телевизора. Можно наверное, откровеннее сформулировать гламурный посыл: пока вы там корячитесь, мы ходим из зала в зал, кушаем красивую еду и целуемся друг с другом. Потому что весь мир делится на две неравные группы - полубогов из телевизора и полускотов по другую сторону экрана. Привет, неудачники! В этом тезисе есть и правда и неправда, но отметим, что он абсолютно невыгоден для говорящего - субъекта или целого сословия. Он вызвал бы в ответ только социальную озлобленность, раздражение и досаду. Поэтому нам как бы говорят: вот, родные, это мир без искажений. А то, что вы видите вокруг, - дурная иллюзия. И вам надо только слегка рвануться, встряхнуть головой - и добро пожаловать к нам. А мы такие же, как вы. Тут обязательно реанимируются несколько ментальных мифов. Первый - о дурачке и дурнушке из рабочего района города Сероуральска, которые и в своем-то классе ничем в хорошую сторону не выделялись, а потом как-то

засвербило, озарило - и вот они бросили все и рванули в М***ву, например. А там, благодаря упорству пробилась-таки в прохладные залы. Шоу-бизнес, находящийся на стыке искусства и мифотворчества, без жертв, естественно обойтись не может. Ноу-хау искусства ТВ в том, что его жертвами становятся телезрители. А затем и все остальные [8].

Если все-таки «фабрики» (делают вид, что) ищут таланты, то вставные музыкальные номера полностью дезавуируют все конкурсные механизмы. Вот приехал Вася из Саратова - не проходя кастинг и не угождая прихотям жюри. Просто спел в камеру не хуже других и получил свои аплодисменты.

В этом мифе, точнее, в практике его применения в повседневности, есть важная деталь. Можно назвать ее мифологемой. Она основана на том, что никто не может точно измерить, насколько человеку больно, грустно или хорошо. Это субъективные ощущения. И никогда нельзя сказать, достаточно ли сильно ты веришь или хочешь. А еще вот - простые разводки в духе Ходжи Насреддина. Ты бы хотел стать молодым, красивым и богатым, да еще занять в придачу караван верблюдов? Нет проблем. Дай мне три тени, потом попрыгай на левой ноге, зажмурив правый глаз. А потом - сильно-сильно захоти. Что, не получилось? Значит, недостаточно сильно хотел. Видишь ишака? Это мой сосед очень хотел стать ишаком - и стал. Стоит только захотеть - и ты станешь богатым, красивым, здоровым и молодым. Иначе говоря, попадешь в телевизор. Только надо сильно захотеть.

Если поверить в эту модель жизни, то любой осмысленный социальный протест автоматически превращается в марш неудачников, порядочность - в отговорку неудачника. Профессор консерватории - «недоделанная» поп-звезда. Профессор химии - неудавшийся телеведущий. Нельзя ведь представить себе, чтобы человек хотел стать профессором химии. Вероятно, он, как все, хотел стать телеведущим, но недостаточно сильно. Теперь подойдем к тому же с другой стороны. Есть два плана зрения. Один можно назвать социологическим, статистическим, общим. Второй - психологическим, единичным, частным. Как, например, задумаешься об экономических или политических перспективах

Отечества, отчего-то становится безмерно тоскливо. А как и о своих, так вроде и ничего. Всякое может случиться [8]. Иначе говоря, есть нищета и болезни. Можно бороться с ними как с социальным злом. А можно стараться избежать лично для себя. Осуществляя тонкую подмену, идеология гламура переводит стрелку с социального план на частный. Любой может внезапно разбогатеть. Для этого есть, например, лотерея. Любой может прославиться, выдвинуться. Для этого есть кастинги, шоу, конкурсы и т.п. Несколько слов о здоровье. Пожалуй, никогда раньше болезни не были настолько излечимыми для одних и неизлечимыми для других. Например, свирепствовали: чума, холера, оспа. А потом исчезли - не для богатых, а практически для всего человечества. Только туберкулез традиционно считался болезнью бедных, олицетворяя собой социальную пропасть. Заметим, что продление жизни, нескончаемая молодость и даже бессмертие одних за счет других всегда существовали в массовом сознании как возможность. На этом основаны легенды о вампирах. Скажем мягко, никакие моральные или юридические запреты не мешали старому графу замучить сотню-другую холопов. Он просто чисто технически не мог грамотно вычленить органы для трансплантации и стволовые клетки. Теперь же богатый человек может спастись в тысяче ситуаций, где бедный однозначно погибнет. Добавим еще одну деталь - если вы угодили-таки в волшебный мир гламура, это не просто сделало вас в одночасье богатым. Богатство ведь ограничено, его можно и растратить. Нет, все гораздо лучше. Избранному не просто по карману элитные шмотки и прочие аксессуары. Вопрос стоит не так. Наоборот, производители почтут за честь, если человек из телевизора наденет их пиджак, взглянет на их часы, предпочтет их паштет. Да еще и доплатят. Там, где мы с вами тратим деньги, избранный их зарабатывает. Так это или не так, но по легенде - так. То есть мир гламура реализует еще один миф - о царе Мидасе. Что ж, впереди два злых врага человечества и пугала гламура: старость и смерть. И непонятно, кто из них страшнее... [8] В фильме «Джинджер и Фред» (1986 г.) Федерико Феллини создал фантазмагорическую метафору современного телевидения. При всех комических преувеличениях нелепостей производственного процесса при съемках телешоу с участием

реальных людей, великий режиссер точно показал, как происходит превращение человеческой индивидуальности в феномен массового зрелища. В момент появления картины ее сюжет и безумный калейдоскоп абсурдных ситуаций, составляющих «варево» телезрелища, казались гиперболизированными метафорами. Однако сегодняшний телеэфир словно создан хозяевами студии, изображенной Феллини, – прилежно имитирующими ее абсурдистский принцип воссоздания истинной реальности сквозь призму галереи монструозных преувеличений [9].

Наша цивилизация, наградив человека всеми благами комфортного бытия (от самолетов до джакузи), постепенно отнимает у него способность к самостоятельному постижению мира через свой чувственный деятельный опыт. Жесткими энергетическими полями средств массовой коммуникации он связан с чужим, а порой и чуждым, концептом реальности. Но в ощущениях обывателя его пребывание в «тисках» СМК внешне не носит тягостный характер. Эта его зависимость – скорее добровольно-принудительная, сродни наркотической зависимости от алкоголя или табака. (М. Твен: «Нет ничего проще, как бросить курить. Я сам бросал тысячу раз».) Главной мотивацией здесь является желание получить некую сумму информации, как бы замещающую реальный жизненный опыт. Однако постепенно потребление информации приобретает самодостаточный характер и первоначальный побудительный мотив отмирает. Возникает явление, которое именуют «познавательным автоматизмом». Условия создания этого качества – наличие постоянно действующего инфополя или инфосреды, а также специфика мутационных процессов в сознании человека благодаря постоянно действующим и умножающимся источникам этого «энергетического излучения», то есть различным СМИ. Понятие «инфосреда» введено в книге В.Березина «Теория массовой коммуникации».[10] Информация, полученная через каналы СМК с использованием новейших систем кодирования и трансляции, становится «культурой только тогда, когда она освоена человеком, когда в ней есть человеческая мера или, вернее, размерность человеческого возможного».

Согласно концепции М. Мамардашвили [11], человеческая мера определяется взаимодействием («со-общением») индивидуальных культурных опытов с набором поясняющих понятий, которые не содержатся в генокоде каждого человека. Подобным образом формулируется представление об объективно существующей истине, помогающее человеку ориентироваться в реальности. В этом случае «СМК и шире – коммуникативные системы на базе современных технических средств – являются лишь инструментарием, «органами» для проникновения в объективную реальность, «орудиями» для соединения единичных опытов и осязаемого определения человеческого феномена в космосе».

Идеальные представления о предназначении тех или иных достижений цивилизации, к сожалению, довольно часто вступают в конфликтное противостояние с реальностью. Так случилось и с развитием средств массовой информации. Телевидение, вначале воспринятое всего лишь как транспортирующее средство, быстро обрело значение основного канала информации. Помимо существенного влияния на характер и формы быта людей, вещание сформировало уже несколько так называемых телевизионных поколений, то есть генерацию людей, обладающую определенным мировидением и навыками потребления визуальной информации. Телевизионная коммуникация в наши дни считается одной из основных форм познания реальности. Но ее значение для самосознания индивида этим не ограничивается. Стремительная мутация «сюжета» отношений реальности и человека под влиянием посредника – телеэкрана – привела к серьезной аберрации восприятия простым зрителем не только экранной информации, но и самой жизни. Телеэкран создает как бы новую реальность, во многом противоположную унылой повседневности, в которой пребывает человек. Он помогает ощущать себя жителем или гостем различных уголков земного шара, предоставляет свободу выбора зрелища и информации, дает иллюзию впечатлений и переживаний, которых ему недостает в его настоящей жизни, снимает комплекс одиночества, создает ощущение включенности в мир культурной и политической жизни страны и мира. Но одновременно телевидение

подвергает мутации сознание человека, серьезно вредит ему, превращая в бессмысленного потребителя всяческой информации, плохо соотносимой с его собственным опытом. Так возникает иллюзия знаний. Окружающий мир для нынешнего человека – это, с одной стороны, действительность, а с другой – иллюзия действительности, когда телевизионный мир грез выступает в качестве своеобразного защитного укрытия. Описывая пристрастие современного обывателя к «сидению у телеэкрана», нам следует иметь в виду его возраст. Ибо у нового поколения свой «экран привязанности» – компьютерный. На рубеже тысячелетия, в конце 1999 года, число пользователей Интернета в США составляло 100 миллионов, а спустя всего два года – 150 миллионов. К этому времени половина англичан общались друг с другом и осуществляли основные социальные действия тоже с помощью компьютера.

Мировое сообщество все очевиднее напоминает модель «информационного общества», в недалеком прошлом существовавшего лишь в теоретических разработках Д. Белла, З.Бжезинского, Э. Тоффлера и М. Маклюэна. Становление Интернета как общественного и политического института предполагает распространение новых форм общения, когда обычные отношения между людьми преобразуются в отношения между образами. Специфика форм общения посредством компьютерной связи, имеющая иную меру свободы в конструировании экранного послания любого участника диалога, выдвигает и иную модель поведения человека у экрана. Медиативная по сути форма восприятия зрителем кино-, телеэкранного послания заменяется более активной интеграцией воли зрителя в саму структуру послания. На смену вещания приходит коммуникация. В информационном пространстве такая волонтаристская коммуникация убивает понятие «факта» как структурированной самой реальностью данности. Вместо этого событие подается пользователю как столкновение пропагандистских концепций [12].

Четверть века тому назад в ленте режиссера-философа Г. Реджио «Койяникаси» образом ржавчины, разъедающей гармонию Божественного создания – Природы и человека как ее части, – являлась техногенная гонка (конвейеры, бессмысленная суэта человеческих

муравейников-мегаполисов и, конечно, водопад телевизионных сообщений). На тот момент именно электронные средства массовой информации виделись режиссеру орудиями, по его словам, «технофашизма». В новой своей картине «Накойкаци» (2003 г.) режиссер создает другие образы апокалипсического крушения нашей цивилизации. Теперь основным материалом его экранной проповеди становится реальность, преобразенная мультимедийными компьютерными технологиями, не оставляющими ни одной узнаваемой детали настоящей действительности. Это – условная, постоянно меняющая структуру и визуальные очертания виртуальная реальность, которая, на взгляд режиссера, заполняет сознание современного человека и заменяет реальную жизнь. «В эпоху информации средой становится сама информация. Иначе говоря, телезритель, снова и снова воспринимая поток сообщений, настолько сживается с ним в результате длительного постоянного «массирования», что мир информации становится более близким и знакомым, нежели непосредственное бытовое окружение» [10].

Показательно, что в размышлениях эстетиков все чаще возникает вопрос об «экологии виртуальной реальности». Книгу можно дочитать до конца. Киносеанс рано или поздно оканчивается. Телеканал мог быть уже круглосуточным. Для прохождения некоторых компьютерных игр нужно несколько дней. В интерактивной компьютерной игре скоро можно будет жить «вечно» – насколько хватит физических сил (ситуация игрового фильма «Виртуальное соблазнение», где герой вновь обретает в виртуальной реальности свою умершую возлюбленную и не желает больше иметь дело с жизненной реальностью, предпочитая умирать в виртуальном шлеме и перчатках от физического истощения, оставаясь при этом вместе с любимой)» [12].

Безусловно, компьютерная сеть – последнее звено в развитии экранной культуры. Она могла возникнуть лишь на подготовленной почве. Для свободного общения с компьютерным словарем знаков и иероглифических обозначений человеческое сознание должно было пройти школу экранного мировидения, которую ему предоставила цивилизация XX века в виде кинематографа и телевидения. Воспринимая

по каналам СМИ информацию, не противоречащую его установкам, человек более склонен верить в ее достоверность, нежели опровергать. Эффект этот – достояние длительного опыта восприятия информации человеком на протяжении всего XX столетия посредством экрана, вначале кинематографического, затем телевизионного.

«Телевидение не может обманывать в силу его способности и потребности адекватно запечатлеть реальность» – это один из самых устойчивых мифов человеческого сознания. На знаменах всех исследований о природе экранного документа кино и телевидения написано слово «достоверность». Однако, как справедливо замечают проницательные наблюдатели, истинной достоверности телезрелище не предлагает ни с точки зрения создателей, ни с позиций ожидающих телесообщения. Телевидение балансирует на грани достоверности и интерпретации, воспроизведения и толкования.

Сегодня в формировании экранной картины мира принимают участие все формы экрана: кинематографический, телевизионный и компьютерный. Но, необходимо осознать пути формирования «виртуальной реальности». Ступени «удвоения» экраном жизненного потока вначале формируют экранную модель действительности на киноэкране, а с появлением телевидения и компьютерного экрана корректируют, видоизменяют этот документальный образ реальности на экране кино и телевидения. Подобное членение материала определяется авторским убеждением, что появление телевидения не только умножило число каналов отражения реальности, но и качественно видоизменило пути формирования образа действительности в восприятии людей. Мышление человека «телевизионной эры», а также его зрительная культура подверглись серьезной мутации и сформировали иной тип мышления, нежели тот, что существовал в «киноэру», а тем более, в «дозкранное» время. Однако большинство психологических механизмов и кодов, превращающих плоскостную тень на полотне или в стеклянном оконце в чувственно осознаваемый облик жизни, которыми владеет уже не одно поколение телезрителей, были сформулированы и освоены на практике еще в «дотелевизионную эру» [10]. Именно поэтому столь значимо

формирование «критического мышления» [13], опыта познания виртуальной реальности через последовательную эволюцию - от появления кино - к умножающимся новым формам визуального отображения действительности сейчас и в будущем.

Библиографический список

1. Берли Стивен Р., Памела С. Толберт. Institutionalization и structuration: изучение связей между действием и учреждением. [Текст]. Лондон - Пресс 181997 (1): С. 93-117.
2. Мюллер Э. Добро пожаловать в кибершколу: Образование в информационную эпоху. [Текст]. Lanham, МЛ: Rowman и Littlefield. Turkle, S. 1997.
3. Ильин И.П. Ризома / Современное зарубежное литературоведение: концепции, школы, термины. [Текст]. Энциклопедический справочник. М.: Интрада – ИНИОН, 1996. С.276-277.
4. Культура Сети: Политика в информационную эру. [Текст]. Лондон: Пресс Плутона, 2001. 5. Рассказ как виртуальный мир: интегративность литературы и электронных средств информации. Балтимор: Johns Hopkins. Ryan, M.L., 2006.
5. Андреевич. М. MediaSpace: подкультура и цифровой масштаб. [Текст]. Лондон: Ник Коулдри и Анна Маккарти, 2003.
6. О предпочтениях удовольствий: женщины, кино, и культура. [Текст]. Чикаго: Нью-Брансуик: Rutgers ун-т. Rony, F.T. 1996.
7. Костюков Л. До чего нас довел мир гламура? Интернет ресурс <http://digest.subscribe.ru/style/biz/n110554446.html>
8. Прожико Г.С. Виртуальная реальность: два лица экрана (введение в проблему) // Вестник электронных и печатных СМИ. Выпуск № 6.
9. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действительность. [Текст]. М.: РИП-холдинг, 2003.
10. Мамардашвили М.К. Как я понимаю философию. [Текст]. М.: Прогресс, 1990. С. 107.
11. Эстетические исследования: методы и критерии [Текст]. /под ред. К.М. Долгова. — М.: Наука, 1996. С. 148-153.
12. Орлов А. Виртуальная реальность. Пространство экранных культур как среда обитания //ГЕО, 1997. №5. С.27-29.

13. Федоров А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. [Текст]. М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. С. 73-94.

Глава 4. Медиапространство как постмодернистский феномен коммуникации и сфера социального взаимодействия в образовании

Если резюмировать основные авторские гипотезы теоретических моделей коммуникации, продуктивных для характеристики процессов социального взаимодействия в пространстве медиакультуры, то получится следующее: «современное цивилизованное сообщество переживает жесточайший разлад между изготовителем и пользователем продукта культуры, между его владельцем и клиентом, между писателем и читателем — разлад, поддерживаемый самой культурой как социальным установлением. При таком положении вещей потребитель пребывает в состоянии праздности, нетранзитивности, иными словами, принимает все слишком прагматично и всерьез: вместо того, чтобы сделать собственную ставку в игре, сполна насладиться чарами означающего, упиться сладострастием текста. Он не получает в удел ничего, кроме жалкой свободы принять или отвергнуть: безмятежное потребление оборачивается заурядным референдумом». Бодриар [1], [5].

Мак Лухан: масс-медиа производят революцию, они и есть сама революция вне зависимости от их содержания, благодаря только своей технологической структуре. Вслед за звуковым алфавитом и книгой — пришло радио и кино. Вслед за радио — телевидение. Отныне мы вступили в эру мгновенной манипулятивной коммуникации, тотально охватывающей всю планету [1]. Масс-медиа контролируются властью. Их нужно вырвать из ее рук либо посредством взятия власти, либо приведя их в полное расстройство при помощи демонстративного раздувания их разрушительного содержания. В данном случае масс-медиа рассматриваются лишь как сообщение. Их форма не вызывает сомнений (точно так же она не вызывает сомнений и у Мак Лухана, у которого опосредующее звено представлено лишь в качестве опосредующего звена).

Энзенбергер: нынешняя форма масс-медиа подразумевает определенный тип общественной связи. Но благодаря своей структуре и своему развитию масс-медиа включают в себя потенциальные возможности демократизации коммуникации, рационализации и универсализации информации. Нужно лишь высвободить этот потенциал [1].

Согласно утверждению французского философа Г. Делеза, концепции бессмысленны, если они не полезны для понимания и решения насущных и важных современных проблем (Deleuze и Parnet) [2]. В соответствии с этим, рассмотрим концепции возможности использования программ компьютерных игр и досуговых медиа-технологий как инструмента эвристической экстраполяции на социально-культурный потенциал и дидактическую стратегию так называемых, серьезных (деловых) игр. Организационно-деятельностные игры, методологические, практико-ориентированные воспитательные или дидактические игровые технологии «всегда имеют явные и тщательно продуманные образовательные (профессиональные, культурные) цели и не предназначены, прежде всего, и только лишь для развлечения» (David M., Chen S.) [3]. Такой тезис важен потому, что до настоящего времени, многие теоретики, ведя дебаты по «серьезным играм», ограничивались вопросами их функциональной парадигмальности и эффективности без внимания к их социально-психологическому (ментальному) потенциалу и образовательному вектору влияния. Если они и обращали внимание на культуротворческий фактор игр, то только в смысле обозначения их общих субстратных принципов или в случае выделения специфических качеств конкретной игры.

Концепция угасания социально-культурного значения эпохи кибернетических игр наиболее полно представлена в работах словенского философа Славойа Жижека [4], который не только обсуждает возможные идеологические аспекты серьезных игр, но и интерпретирует их возможные результаты, «действительные и виртуальные тенденции», которые могут или не могут быть реализованы, в зависимости от условий в которые участник игры помещен или возможностей и ресурсов игр [4]. Его основная идея может быть сведена к следующему положению –

необходимо исследовать механизм влияния и возможности использования гедонистического потенциала досуговых киберигр и психологической зависимости от них как стратегический ресурс образовательного процесса.

Один из авторов так называемой «аппаратной теории» - французский психоаналитик Ж. Бодрийар [5] строит ее на основании анализа элитарного кинематографа 1970-х. Средства визуальной информации осмысляются в художественной перспективности, как конфигурации технологии и материала, позиций пользователя, его не осознанных желаний, текста и контекста произведения и его создания (производства), означая как взаимодействие между этими элементами. Поэтому, анализ медиа-игр включает следующие элементы, которые составляют смысл и значение их создания:

1. регулятивное или материальное основание игр, которые помогают формировать определенные роли или личностные позиции игрока;
2. реализация осознанных или подсознательных желаний в жанрах эмоциональных переживаний или формах эстетических отношений;
3. различные формы игры или тексты, построенные с учетом восприятия данного адресата;
4. различные возникающие культурные «тексты / подтексты / контексты» в динамике их субъектного анализа или интерпретации;
5. целевая (функциональная) установка на игру: непредсказуемость процесса и результатов ситуаций в пределах правил игры (интрига, парадокс, испытание, неожиданность, возможность получения бонусов и т.д.).

Эта мультиуровневая модель показывает, что продуктивное духовное значение игры может возникать как феномен проявления личностного эмоционального начала «в новых структурах регулятивной, материальной и эстетической комбинации [4]. Философская концепция Зизека продуктивна и при ее переводе в образовательную парадигму – игровую медиа-технологию, производную от нашего понимания и гипотетического представления о существовании некоего социально-активного киберпространства. Проектная идея видится в эволюционном переходе от хаоса информационных потоков и диффузии их смыслового

значения к системному регулированию и гуманистическому программному обеспечению процессов глобальной социализации, от добровольно - принудительного потребления медиапродуктов к их экспертному анализу, сменяемому в последствии доверием к позитивным целям дизайна медиaprостранства.

По Зизеку индивидуумы кибер-игры образуют собственное виртуальное пространство - «киберместо». Оно игнорирует или пассивно отражает процесс «пред-символического психотического погружения в игру, приводящего к потере границ условности действия, того символического расстояния, которое выдерживает необходимый минимум критического рефлексивного отношения. Киберместо открывает для них область смены многократных сексуальных и социальных тождеств или, по крайней мере, потенциальное освобождение от гуманитарных патриархальных ценностей. «Да, в киберместе Вы можете быть тем, чем Вы хотите, Вы свободны выбрать символическую идентичность (экран-persona), но Вы должны выбрать роль, которая будет всегда предавать Вас, в которой Вы не будете полностью адекватны; Вы должны будете принять свое положение в киберигре как элемента, бегущего по схеме не по вашим условиям» [4].

Наконец, Зизек доказывает, что такие реакции на киберместо - являются неправильными и мы должны трезво осмыслать это положение. Два аспекта проблемы он определяет как «межпассивность» и «междеятельность». Это две характеристики респондентов игровых программ. Они не оппозиционны, но взаимообусловлены. «Междеятельность» используется в двух смыслах: первый - это предварительная готовность (игровая компетенция), интеллектуально-пассивная позиция, когда игрок щелкает и перемещает мышью, выявляет клавиши клавиатуры. Второй связан с действием в игре: соблюдением правил, составленных другим агентом; выполнением предписанных программой действия и т.д. Моя работа внешне активна, действует как условное олицетворение роли на экране, ее качество контролируется. Межпассивность частный случай междеятельности - то, что внешне проявляется как постоянная активность и внимание при рассмотрении

оказывается симуляком, т.е. еще одной формой фундаментальной пассивности [4]. Типичный пример межпассивности (по Зизеку) - японская электронная игрушка - Tamagotchi. Тамагучи – действительно виртуальное домашнее животное, которое очаровывает тех, кто заботится о нем. Интрига состоит в том, что мы имеем дело с игрушкой, которая ведет себя подобно капризному, но трогательно беззащитному ребенку, которому требуются постоянные внимание, контроль и забота. Он их инициативно требует в любое время, по целому спектру неожиданных запросов. При этом «родители» понимая, что проявление их лучших качеств обращено игрушке, одновременно отрицают это: «Я знаю очень хорошо, что это - только неодушевленный объект, но, тем не менее, я действую, как будто он живой» [4].

Это дистанцирование означает, что мы можем согласиться с положением французского философа Ж.Ф. Лиотара [6] об одновременном существовании субъекта в мифо – виртуальном пространстве и в позиции критического, рефлексивного отношения к этому. Существует ли такое критическое отношение субъектов педагогического творчества к собственной деятельности в условиях изменившейся действительности? «В отношении организации и оценки образования замечено преобладание критерия результативности. Вузовская политика формируется на критериях обоснованности и эффективности в рамках задач конкретной государственной системы. В этом случае, когда из высшего образования делают подсистему социального функционирования, применяют к каждой из его проблем все тот же критерий результативности. Ожидаемым результатом, при этом, является оптимальный вклад высшего образования в эффективное функционирование социальной системы в целом. А значит – следует сформировать критерии компетентности, необходимые для этой системы. Их два вида. Первые в большей мере определяются как конкурентноспособный фактор в мировом соперничестве» [6]. Они видоизменяются в зависимости от соответствующих «специальностей», которые национальные государства или крупные образовательные институты могут «продать» на мировой рынок. Если наша общая гипотеза верна, то спрос на экспертов, высших и средних руководителей передовых

областей, являющихся ставкой грядущих лет, будет возрастать. Все дисциплины, имеющие отношение к «телематике» (информатика, кибернетика, лингвистика, математика, логика...), должны быть признаны как приоритеты образования за счет увеличения числа таких специалистов, которые, в конечном итоге должны ускорить прогресс исследований и в других областях познания. Но с другой стороны, и в рамках все той же общей гипотезы, высшее образование должно продолжать поставлять социальной системе научные и профессиональные резервные компетенции, связанные с требованиями его собственного развития, для поддержания своего внутреннего единства и социального статуса. Ранее эту задачу обеспечивала программа национального образования. В контексте утраты легитимности институты высшего образования подчиняются отныне требованию формирования определенных заданных компетенций, а не идеалов науки и образования: столько-то врачей, столько-то преподавателей той или иной дисциплины, столько-то инженеров, столько-то администраторов и т.д. Передача знаний не выглядит более как целевой процесс формирования элиты, способной вести нацию к «светлому будущему». Вузовское сообщество должно поставлять системе игроков, способных обеспечить надлежащее исполнение роли на практических постах [6]. Если цели высшего образования функционально определены, то как же обстоит дело со студентом, который уже изменился и должен измениться еще больше. Это уже не тот молодой выходец из либеральной среды, вовлеченный в решение великой задачи социального прогресса. «Демократический» университет, где нет предварительного отбора, уже не слишком ценен и для студента, и для общества. Массовые приемы в вузы, организованные по гуманистическо-эмансипаторской модели, оказываются сегодня малоэффективными [6].

В действительности, высшее образование уже подверглось значительному преобразованию, направляемому одновременно административными мерами и социальным запросом, который сам, в отсутствие должного контроля, производит новых потребителей. Высшее специальное образование все еще адресуется к молодым выходцам из

либеральных слоев, которым передается рамочная компетенция, считающаяся необходимой для данной профессии: «профессиональная или техническая интеллектуальная элита». Они еще молоды и не «активные». Другие молодые люди, окончившие университет пополняют собой армию безработных, неучтенных службой занятости и статистикой (более всего это гуманитарии, филологи и проч.), но они тоже состояли и состоят в категории получателей знания [6]. Следовательно, наряду с функцией профессионализации университет должен играть новую роль в плане увеличения эффективности системы. Это роль переподготовки или непрерывного образования. Вне университетов или институтов профессионального профиля знание не передается и не будет в дальнейшем передаваться молодым людям целиком «раз и навсегда». Оно будет передаваться в ответ на сознательный выбор «взрослых», начавших трудовую деятельность с тем, чтобы повысить их конкретную компетенцию и профессиональное продвижение, а также для усвоения кодов и систем информации, языков и языковых игр, которые позволят им расширить горизонт их интеллектуальной жизни, соединить собственный профессиональный и этический опыт. Новый интерактивный курс, взятый образованием, идет не без конфликтов. Ибо, насколько он представляет корпоративный интерес в профессиональном продвижении, настолько же оказывается лишенным малейшего доверия в лице серьезной системы. Ибо эксперимент над дискурсом, институтами и ценностями, сопровождается неизбежным «беспорядком» в обороте, контроле знаний и преподавании, не говоря уже о социально-политических последствиях и вообще, имеет вид мало операциональный. И вместе с тем, этот курс - выход из функционализма, тем более значимый, что именно функционализм его и обозначил. Принцип результативности, даже если он не всегда позволяет явным образом определять политику, которой нужно следовать, имеет своим глобальным следствием подчинение институтов высшего образования властям. Идея «университетской вольности» была вчера. Педагогические корпорации практически не могут самостоятельно решать финансовые вопросы: они могут лишь распоряжаться тем, что им выделено бюджетом и контролировать прохождение этих сумм. В

отношении профессионализации в рамках вуза - сохраняется узко функционалистская точка зрения: главное - передача организованной массы знаний. Применение к этой массе новых технических приемов и средств Медиа может оказать значительное влияние на коммуникационную основу образовательного процесса. Все-таки знания могут передаваться на языке информатики, дидактика может быть передоверена машинам, связывающим классические виды памяти (библиотеки и т. п.) и банки данных с мыслящими терминалами, предоставленными в распоряжение студентов. Педагогика от этого не сильно пострадает, поскольку нужно все же научить студентов чему-то: не содержанию даже, а пользованию терминалами. Следует учить, с одной стороны, новым искусственным языкам, с другой - более тонкому обращению с такой семиотической игрой как поисковое вопрошание: куда адресовать запрос, т. е. какая сетевая память или программа соответствует тому, что хотят узнать; как сформулировать этот запрос, чтобы избежать упреков в наивном дилетантизме и т. п. В таком аспекте элементарная подготовка по информатике и, в особенности по телематике, должна обязательно стать частью высшей пропедевтики на том же основании, что и обычное прохождение практики при изучении иностранного языка. Явно или неявно, но позиция студента воплощается уже не в вопросе: «Истинно ли знание?», а в его рациональной переадресовке: «Зачем оно мне и чему оно служит?». В контексте меркантилизации знания чаще всего этот последний вопрос означает «Можно ли это продать?». А в контексте повышения производительности – «Эффективно ли оно?». Однако формирование продуктивной компетенции должно быть, по всей видимости, «продаваемой». Под угрозой исчезновения оказывается компетенция, определяемая по традиционным ценностным критериям: истинное - ошибочное, справедливое - несправедливое и т. п., и как следствие - слабая результативность подготовки специалиста вообще. Но в реальности рынка наиболее востребованными будут рамочные операциональные компетенции. Обладатели такого рода специализированного знания есть и будут привлекательны для работодателей. С этой точки зрения, это не конец познания, а совсем

наоборот. Банки данных являются энциклопедией завтрашнего дня. Они превышают способности каждого пользователя и по своей «природе» принадлежат человеку постмодерна. Отметим, что дидактика не заключается в одной только передаче информации и что компетенция, даже результативная, не исчерпывается обладанием хорошей памяти с данными или хорошими возможностями доступа к запоминающим устройствам. Банально подчеркивать значение способности актуализировать собранные данные для решения проблемы «здесь и теперь» и выстраивать их в эффективную стратегию. В игре с неполной информацией преимущества получает тот, кто знает или может получить дополнительную информацию. Такова, по определению, позиция студента в процессе обучения. Но в играх с исчерпывающей информацией наилучшая результативность не может заключаться (гипотетически) в получении дополнительной информации. Она получается из новой организации данных, что собственно и составляет «прием». Такая новая организация получается чаще всего при включении в ряд данных, которые до того считались независимыми. Способность сочетать между собой не сочетавшиеся до того данные можно назвать воображением. Одно из его основных свойств - скорость. Однако, допустимо изображать мир знания эпохи постмодерна как мир, управляемый игрой с исчерпывающей информацией, в том смысле, что она в принципе доступна для всех экспертов: здесь нет научного секрета [6]. При равной компетенции дополнительное увеличение эффективности в производстве знания зависит, в конечном итоге, от этого «воображения», позволяющего выполнить либо новый «прием», либо поменять правила игры. Образование должно обеспечивать не только воспроизводство компетенций, но и их прогресс. Для того, чтобы процесс освоения знаний не ограничивался лишь передачей информации, а включал бы все процедуры, способствующие увеличению способности сочленять смысловые поля, которые традиционная организация знаний ревностно изолировала друг от друга. Принцип междисциплинарности, заявленный еще ранее, по-видимому, согласуется с этим направлением. Говорят, что он столкнулся с университетским федерализмом, хотя, наверное, не только

с ним. В гумбольдтовской модели университета каждая наука занимала свое место в системе, которая венчала специализацию. Захват одной наукой поля другой может вызвать только возмущение, хаос, диффузию, «шумы» в системе. Сотрудничество возможно на уровне спецификации, в головах философов. Напротив, идея междисциплинарности принадлежит собственно эпохе делегитимации и ее вынужденному эмпиризму. Улучшение результатов кажется менее очевидным, когда речь заходит о том, чтобы «вообразить» новые концептуальные модели. Решение, на которое в действительности ориентируются институты знания во всем мире, заключается в разведении двух аспектов дидактики: «простого» воспроизводства и «расширенного» производства. При этом разводят сущности разной природы: институты, уровни или циклы в институтах, группировки институтов и дисциплин, когда одним предписаны отбор и воспроизводство профессиональных компетенций, а другим - продвижение и «максимальное ускорение» творческой способности к «воображению». Каналы передачи, отданные в распоряжение первых, могут быть упрощены и получить широкое распространение, а вторые существуют в маленьких группах, работающих в режиме аристократического эгалитаризма. Относятся или нет официально эти последние собственно к университетам - не имеет большого значения. Но можно быть уверенным в том, что в этих двух случаях делегитимация и упор на результативность звонят отходную по «эре Профессора»: он уже не компетентнее, чем Сеть запоминающих устройств в деле передачи установленного знания или междисциплинарная группа в деле разработки новых технических приемов или новых игр [6].

Итак, каждое из положений теоретиков по-своему определяет векторы развития и по-разному артикулирует различные аспекты коммуникационной модели современной культуры (специфику медиакультуры в пространстве постмодернизма; социальные или психологические особенности ее влияния на личность и общество, в том числе, выделяя в рамках проблем высшего образования стратегию и потенциал медиаобразования). Можно выделить два аспекта осмысления глобального распространения киберпространства: пессимистическое и оптимистическое. Первое указывает на опасность отставания социума от

новаций кибериндустрии, т.е. гуманистический потенциал социума не выдержит «прессинга» глобального масс-медиа. Оптимистическая проектная идея видится в постепенном переходе от хаоса информационных потоков и их смысловой диффузии к системному регулированию и гуманистическому программному обеспечению процессов медиапросвещения населения, сменой добровольно-принудительного пассивного потребления медиапродуктов к их экспертному анализу, а затем приобретением медиакоммуникативных компетенций на бытовом и профессиональном уровнях.

Библиографический список

1. *Baudrillard J.* Requiem pour les médias // Baudrillard J. Pour une critique de l'économie politique du signe. [Текст] Paris: Editions Gallimard, 1972. P. 200-228.
2. *Deleuze G., Parnet K.* He comme histoire de la philosophie. В L'Abécédaire de Gilles Deleuz. [Текст] Paris: Montparnasse, 1996.
3. *David M., Chen S.* Serious games: Games that educate, train, and inform. [Текст] Boston, MA: Thomson, 2006.
4. *Zizek S.* Is it possible to traverse the fantasy in cyberspace? / Zizek reader, eds. Elizabeth Wright and Edmond Wright. [Текст]. Malden, MA: Blackwell Publishing, 1999. P. 102-124.
5. *Бодрийяр Ж.* Система вещей. пер. с фр. [Текст]. М.: Рудомино, 1995. С. 54.
6. *Лиотар Ж.Ф.* Состояние постмодерна Пер. с фр. [Текст]. М.-СПб.: Алетейя, 1998.

Раздел 2.

КИБЕРРЕАЛЬНОСТЬ И НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Глава 5. Мультимедиа технологии как основа междисциплинарной интеграции

Сегодня мультимедиа проникают практически во все сферы деятельности. Самым понятным, самым доступным и ставшим де факто обязательным является мультимедийный слайд-доклад при любом публичном выступлении – защита дипломной работы, диссертации, сообщение на конференции, презентация проекта, отчет и т.д. Как правило, доклад готовит сам выступающий, редко для его создания привлекают профессионалов. Доступное средство разработки MS Power Point хотя бы на неглубоком уровне известно каждому. Вот здесь-то и обнаруживается, что представляемые презентации очень часто страдают слабой выразительностью. Главное свойство мультимедиа – художественная привлекательность, начиная с цветовой палитры, шрифтов, композиционного решения кадров, сочетания текстовой и графической составляющих, продолжая применением анимации, звуковых эффектов, реализуются очень слабо. Нередко на конференциях даже высокого уровня можно увидеть так называемые дизайнерские решения, где черным или белым мелким шрифтом по серому фону выписаны нечитаемые и труднопроизносимые фразы, не выдерживающие никакой критики. Использование профессиональных графических шаблонов немного улучшает ситуацию, однако умением грамотно, четко, главное – коротко и ясно сформулировать основную мысль и соответственно ее оформить владеет далеко не каждый. Умение создавать пусть несложные, но профессионально оформленные мультимедийные продукты является неотъемлемой частью современного образованного человека. Разработка качественной презентации напрямую связана с наличием у ее автора художественного и эстетического вкуса. Где и как формировать этот вкус, где учить мультимедиа? Самообразование - для тех, кто осознает проблему и в состоянии разрешить ее сам. Параллельно с этим – разработка и введение в практику преподавания

в вузах образовательных программ с ключевым словом «мультимедиа технологии» – такие специальности в ряде учебных заведений существуют. Введение дисциплин, направленных на освоение мультимедийных технологий, в средних учебных заведениях, преподавание соответствующих курсов в школах. Где взять для этого часы? Поскольку мультимедиа технологии носят интегрированный характер (специалист по мультимедиа, так называемый «мультимед», – это и художник и компьютерщик одновременно), за счет соответствующих дисциплин (прежде всего, информатики) путем частичного обновления учебных программ. Итак, навыки формирования презентаций требуются везде, где нужно мультимедиа, а мультимедиа, как было отмечено, требуется везде.

Нами предложена концепция программы для разработки презентаций непрограммирующим пользователем. Утверждается, что каждый современный человек, аналогично тому, как он овладел компьютерной грамотностью, должен овладеть основами мультимедиа технологий. По существу мультимедиа продукт является способом и «красивой упаковкой» для оформления и передачи информационных сообщений в процессе социальных коммуникаций. И чем лучше субъекты коммуникации владеют этим инструментом, тем эффективнее будет результат их взаимодействия. Каждый, кто успешно проектирует, производит, рекламирует, продает, обучает, сообщает о научном результате и прочее для достижения своей цели облекает информацию в привлекательную и хорошо «отрежиссированную» мультимедийную форму. Известно, что создать, например, архитектурный объект – это только полдела. Вторая половина связана с подачей проекта, и чаще выигрывает тот, кто наиболее эффектно продемонстрировал преимущества, применяя виртуальную 3D реконструкцию здания с прогулками внутри и снаружи, создавая сопутствующую рекламную продукцию с разработанным фирменным стилем, фотогалереей и т.д.

На примере образовательной программы 080801 «Прикладная информатика в социальных коммуникациях» со специализацией «Мультимедиа технологии», которая реализуется в Уральской государственной архитектурно-художественной академии с 2006 года,

показано, как на стыке дисциплин художественного профиля, гуманитарного и информационных технологий может быть сформирован разносторонний современный специалист, овладевший умениями разработать идеологию презентации, написать тексты, создать соответствующий аудио-визуальный ряд, реализовать мультимедиа проект в единой информационной среде и обеспечить его продвижение. Представляется, что элементы мультимедиа технологий следует вводить при обучении самым разным профессиям. Отвечая на вопрос «Зачем физику нужна лирика?», заметим, что узкий специалист предметной области, профессионал в своем деле, если он человек талантливый, проявит свой талант не только в том, ЧТО он предложил или сделал, а в том, КАК он об этом рассказал внешнему миру.

Качественный мультимедиа продукт требует, как правило, участия в разработке группы специалистов. Менеджер проекта ведет переговоры с заказчиком и является организующим звеном разработки. Подготовка видео и фотоматериалов, их обработка в соответствующих программах требует определенных специфических знаний и навыков, и этим занимаются специалисты-фотохудожники. Дизайнер выбирает художественную метафору проекта и реализует графику, выполняет дизайн-проект будущего продукта. Программист пишет код в выбранном инструментарии для разработки. Часто отдельной заботой является создание трехмерных моделей, соответствующие специалисты выполняют эту часть работы. Анимация требует получения векторного изображения объекта и описания его динамики. Наложение музыки, звуковых эффектов – еще одна задача и еще один круг участников. Разумеется, в несложных проектах разработчик может совмещать все эти функции в очень небольшом коллективе, однако по-настоящему крупная разработка в специализированных компаниях выполняется полноценной группой специалистов. Итак, разработка мультимедийного продукта выполняется по следующей схеме: - встреча главного менеджера проекта с заказчиком, определение требований к проекту; - определение целей и задач проекта; - оформление технического задания; - формирование рабочей группы; - разработка дизайн проекта; - подготовка и предварительная обработка

фото, графики, видеоматериалов; - настройка спецэффектов; - создание 3D-объектов; - разработка компонентов анимации; - выбор компонентов звукового оформления; - проектирование внутренней структуры презентации; - выбор парадигмы и средств программирования; - сборка, компиляция всего проекта, отладка; - запись на внешнем носителе; - сдача заказчику; - тиражирование продукта.

Арсенал средств разработки мультимедиа продуктов достаточно широк. Мы не будем затрагивать программы для подготовки различных компонентов мультимедийного продукта – редакторы растровой и векторной графики, пакеты трехмерного моделирования, средства записи аудиовизуальных документов. Остановимся здесь на инструментальных средах, предназначенных для сборки мультимедийной презентации.

Доступный и получивший наиболее широкое распространение MS Power Point рассчитан на непрограммирующего пользователя и позволяет удобно и быстро создавать презентации, преимущественно слайд-шоу. В то же время, имеет ограниченные возможности для синхронизации различных мультимедиа элементов. На рынке инструментариев для разработки презентаций представлены более мощные и гибкие средства, но разработка с их помощью полнофункциональных мультимедийных продуктов является заботой профессионалов и является делом довольно дорогостоящим. Наиболее распространенной программой для профессиональных презентаций на сегодняшний день является Adobe Flash, которая позволяет делать достаточно сложные мультипликационные сцены, задавая лишь несколько ключевых кадров. Нельзя не упомянуть о таком пакете как Macromedia Director. Программа является настолько многофункциональной, что с помощью встроенного языка позволяет неограниченно управлять сценарием, создавать визуальные эффекты любой сложности, разрабатывать многопользовательские игры, встраивать в программу тот же Flash, потоковый звук и видео, подключать plug-in третьих фирм.

Создание мультимедийных каталогов и презентаций – серьезная работа по организации большого объема информации и доступа к ней. Необходимо уложить в презентацию максимум информации в доступной, удобной и наглядной форме. Главное – обеспечить удобный доступ к

обширной информации, создать структурированное меню, заложить возможность организации запросов по базе данных и поиск необходимой информации. Пользователь должен иметь возможность самостоятельно управлять просмотром, разглядывать и «крутить» трехмерные объекты. Поскольку мультимедиа нужно всем, разработка под заказ является дорогостоящей, инструментов для создания продукта собственными силами простых в употреблении и в то же время позволяющих создать нетривиальную презентацию, практически нет.

В данной главе предложена концепция построения инструментальной системы для разработки мультимедиа презентаций непрограммирующим пользователем. По сути - это оболочка, которая интерпретирует заготовленные фото, видео, графику, текстовые материалы в соответствии с установленным порядком. Этот порядок прописывается в управляющем текстовом файле линейной структуры, который отражает структуру проекта. Файл формируется в интерактивном режиме, программа позволяет пользователю указывать компоненты презентации и располагать их на экране. Дизайнерский шаблон также выбирается из заданной библиотеки. Таким образом, система позволяет не только динамически наполнять презентацию необходимыми компонентами, но и создавать различные виды этой презентации в соответствии с различными указаниями пользователя.

Под воздействием бурно развивающегося рынка мультимедиа необходимость включения в учебный процесс тем, связанных с мультимедиа, становится неизбежной. В стандартах и рекомендациях по преподаванию информатики в школах и вузах присутствуют указания о том, что в учебном процессе необходимо уделять внимание мультимедиа системам и мультимедиа технологиям. При этом мы должны подходить к преподаванию мультимедиа в вузовских курсах, ориентированных на пользователя мультимедиа систем и на разработчика. Заметим, что эти две группы также неоднородны – можно говорить и о продвинутом пользователе, который в определенных пределах может выступать разработчиком мультимедийных продуктов.

Для категории пользователей понятие мультимедиа, в основном, преподносится как интегрированное использование в интерактивной компьютерной системе оцифрованного текста, аудио, графики, анимации и видео, а о том, что понятие мультимедиа закрепилось за аппаратными средствами, говорится как об «узком» смысле слова «мультимедиа». Подобная концепция мультимедиа не рассчитана на разработчиков программ и технологий: для них изучение мультимедиа требует иного подхода к созданию учебной программы. Студент, изучающий курс мультимедиа с ориентацией на подготовку разработчика новых систем и технологий должен получить такие базовые знания, которые дадут ему возможность создавать профессиональные продукты. Сравнивая содержание, которое вкладывается в понятие "мультимедиа" для разработчиков мультимедиа систем с одной стороны и пользователей с другой стороны, можно прийти к выводу, что общеупотребляемое определение «мультимедиа – это интерактивные системы, обеспечивающие работу с неподвижными изображениями, анимированной компьютерной графикой, видеоизображением, текстом, речью и музыкой» для разработчиков-программистов следует уточнить. Мультимедиа для разработчиков – это системы и технологии, основанные на обработке оцифрованных изображений, цифрового звука, цифрового видеоизображения, системах передачи цвета, разрешении, методах и алгоритмах сжатия цифровых потоков, архивации, телекоммуникации, методах синхронизации аудио и видео потоков, аналого-цифровом преобразовании, графической и звуковой фильтрации. Технические достижения последних десятилетий сделали особенно важными такие темы курса информатики, как графика и мультимедиа. С увеличением значимости этих тем было бы естественным появление их в качестве обязательных в университетских курсах. Однако эти темы не только не являются обязательными во многих действующих госстандартах, но иногда вообще в них отсутствуют. По дисциплине "Мультимедиа" госстандарт существует для очень немногих специальностей, например, для специальностей 071900 «Информационные системы и технологии» и 053600 «Режиссура мультимедиа-программ».

Зарубежный опыт введения мультимедиа технологий в образовательное поле нашел отражение в документе «Computing Curricula 2001: Software Engineering» [1] (русский перевод – [2]), содержащем рекомендации по преподаванию программной инженерии. Этот проект совместного комитета по образованию сообществ ACM и IEEE Computer Society был опубликован в 2004 году. Его особенностью этого является наличие рекомендаций по адаптации учебных программ к различным условиям преподавания и специфике отдельных стран. К сожалению, среди множества шаблонов учебных программ нет шаблона, учитывающего особенности российского образования. Однако интеграция российского образования в европейское образовательное пространство может преодолеть этот разрыв. «Computing Curricula 2001: Software Engineering» является частью начатого в 1968 году международного проекта Computing Curricula, в рамках которого ИТ-специалисты из различных стран мира работают над созданием рекомендаций по преподаванию информационных технологий в высших учебных заведениях. Данные рекомендации обновлялись примерно каждые десять лет, однако в конце 90-х годов стало ясно, что информационные технологии слишком трудно полностью осветить в рамках одного университетского курса. В связи с этим было принято решение о разделении курса на четыре дисциплины: информатика (computer science), программная инженерия (software engineering), проектирование аппаратных платформ (hardware engineering) и информационные системы (information systems). Первый том, посвященный информатике, был выпущен в конце 2001 года. В нем описаны разные подходы к преподаванию информатики: тематический, сокращенный, системно-ориентированный и WWW-ориентированный. Мультимедиа встречается здесь в примерах различных курсов, а именно в углубленных курсах по дисциплинам «Взаимодействие человека и машины», «Управление информацией», «Компьютерная графика и визуализация». Темами углубленных курсов являются «Разработка мультимедийных систем», «Графические пользовательские интерфейсы», «Мультимедийные информационные системы», «Компьютерная мультипликация»,

«Визуализация», «Виртуальная реальность». Как сказано в Рекомендациях по преподаванию информатики в университетах» (это русский перевод «Computing Curricula), студенты, изучившие эти курсы, должны: излагать принципы, лежащие в основе устройства типичной операционной системы, демонстрируя также понимание более широкой применимости идей и влияния таких вещей как высокоуровневые языки, телекоммуникации, мультимедиа и вопросы безопасности; отслеживать влияние важных достижений в области программирования (таких как компиляторы, телекоммуникации, всемирная сеть, мультимедиа, безопасность) на архитектуру компьютерных систем; анализировать графические и мультимедийные интерфейсы с точки зрения взаимодействия человека и компьютера; применять основополагающие принципы разработки графических и мультимедийных систем; описывать набор программных средств, которые могут быть использованы в процессе разработки графических и мультимедийных систем; использовать существующие графические и мультимедийные пакеты для разработки удобных графических приложений.

Что касается реализации изложенных рекомендаций в российском образовательном пространстве, можно утверждать, что наиболее распространенные образовательные программы в области информатики предусматривают изучение элементов мультимедиа. Так, в образовательной программе «Прикладная информатика (по областям)» с квалификацией информатик в области применения [1] по отношению к разделу мультимедиа явно указано, что выпускник по циклу общепрофессиональных дисциплин должен знать, в частности: принципы организации, структуры средств систем мультимедиа и компьютерной графики; инструментальные средства мультимедиа и графического диалога в информационных системах; иметь представление: о тенденциях развития компьютерной техники и программных средств, технических средств информатизации; о способах представления текстовой и нетекстовой информации в информационных системах, использовании средств мультимедиа и тенденциях их развития.

Мультимедиа присутствует явно в разделе "Базы данных" (БД) (подраздел "Гипертекстовые и мультимедийные БД"), в разделе "Операционные системы, среды и оболочки" (подраздел "Программные средства человеко-машинного интерфейса: мультимедиа и гипермедиа; аудио и сенсорное сопровождение").

В Уральской государственной архитектурно-художественной академии с 2006 года реализуется образовательная программа 080801 «Прикладная информатика в социальных коммуникациях» со специализацией «Мультимедиа технологии» (аббревиатура специальности – ПИСК! Как мы говорим в рекламных текстах: писк образовательной моды).

Блок дисциплин специализации содержит такие учебные курсы, как «Мультимедиа технологии в социальных коммуникациях», «Системы записи аудиовизуальных документов», «Системы машинной графики», «Редакторы растровой и векторной графики», «Основы пакетов трехмерной графики» и другие смежные курсы. Вот некоторые элементы содержания дидактических единиц первых двух названных дисциплин: Основные концепции и понятийный аппарат в области компьютерной обработки графической информации, географических систем и технологий мультимедиа. Математические и лингвистические основы мультимедиа-технологий. Мультимедиа-язык, мультимедиа-грамматики; методы формализованного представления различных видео- отношений. Информационные основы мультимедиа-технологий. Методы проектирования мультимедиа- баз данных и знаний, управление массивами данных; сетевые мультимедиа-технологии. Программные и аппаратные средства мультимедиа-технологий. Мультимедиа-приложения Windows; авторские оболочки для создания мультимедиа-приложений в сфере социальных коммуникаций. Традиционные и современные компьютерные технологии записи аудиовизуальной информации. Методы и технологии кино-, фото-, фоно-, видео- документирования: цифровые, аналоговые и другие технологии.

Названные направления позволяют студентам овладеть современными инструментами создания профессиональных мультимедийных продуктов. Чтобы стать настоящими профессионалами в

деле создания мультимедийных проектов, студенты наряду с компьютерными технологиями должны освоить основы графического дизайна. Специальность ПИСК предусматривает такие дисциплины, как основы рисунка, композиция, шрифты, теория и философия дизайна, дизайн-проектирование 2d и 3d объектов. Выпускник способен создать сайт или каталог на любую тему: творчество художника, выбор товаров, обзор реализованных архитектурных объектов, гипертекстовая книга и пр. Студенты учатся создавать рекламные ролики, клипы, виртуальные туры. Они становятся разносторонне образованными: знают историю культуры и искусств, режиссуру мультимедиа-презентаций, принципы разработки фирменного стиля и т.д., чтобы пройти все этапы создания дизайнерского проекта от собеседования с клиентом до презентации готовой работы.

Вопросы теории и технологий коммуникативного взаимодействия с другими субъектами, участниками бизнес-процессов, также не остаются в стороне. В рамках специальности ПИСК студенты изучают социальные коммуникации и различные формы их реализации. Так, средства массовых коммуникаций представлены дисциплинами «Актуальные проблемы современных СМИ», «Основы публичных речей (связи с общественностью)», «Рекламоведение». В качестве факультатива мы предлагаем «Имиджологию» для комплексного подхода к продвижению объектов средствами мультимедийных технологий. Такой синтез наук делает специалиста более конкурентоспособным на рынке труда.

Специалисты-информатики в области социальных коммуникаций должны совмещать владение компьютерными технологиями с творческим мышлением дизайнера, высокий художественный и эстетический вкус, умение генерировать сопровождающие тексты, проводить рекламные кампании. Таким образом, видами деятельности специалистов-выпускников образовательной программы «Прикладная информатика в социальных коммуникациях» со специализацией «Мультимедиа технологии» являются:

- создание и адаптация компьютерных систем управления социально-коммуникативными процессами;

- компьютерное проектирование виртуальных и трехмерная реконструкция и визуализация реальных объектов, формирование виртуальных культурных пространств;
- использование компьютерных технологий и средств мультимедиа в социальных коммуникациях (компьютерные презентации, каталоги, интерактивные анимационные фильмы, мультимедиа открытки, альбомы, доклады, CD-издания, рекламных роликов и т.д.);
- разработка обучающих систем, мультимедиа энциклопедий, журналов, книг;
- дизайн-проектирование сайтов и информационных порталов и других интернет-сервисов;
- создание и сопровождение баз данных и баз знаний в сфере социальных и арт-коммуникаций;
- анализ, изучение, формирование информационной среды и средств коммуникаций в печатных и телевизионных СМИ;
- обеспечение информационных основ рекламных и PR-кампаний.

Библиографический список

1. Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования. Специальность 351400 - прикладная информатика (по областям)". Квалификация – информатик-(квалификация в области). [Текст]. М.: Министерство образования Российской Федерации, 2000.
2. Computing Curricula 2001: Computer Science // Association for Computing Machinery and Computer Society IEEE.
3. Рекомендации по преподаванию информатики в университетах: [Текст]. Пер. с англ. СПб., 2002. 372 с.

Глава 6. Компьютерная музыка: методологические аспекты использования информационных и коммуникационных технологий как фактор интеграции содержания дополнительного образования

Сегодня мы уже можем говорить об использовании Информационных и Коммуникационных Технологий, программного обеспечения и Интернет-ресурсов в содержании и организации

дополнительного образования. Давайте рассмотрим этот вопрос с позиций «за» и «против».

В искусстве, как одной из форм общественного сознания и духовной культуры, традиционно ценились и культивировались самобытность, индивидуальность, субъективность. К этому стремились во всех формах приобщения к искусству: творческом созидании, восприятии, воспроизведении, интерпретации.

Эти ценности служили верным ориентиром в процессе художественного образования и воспитания подрастающего поколения. Информатизация современного художественного образования – процесс закономерный, но не бесспорный. Прежде всего, опасения по поводу «информатизации» искусства у специалистов вызывает роль информационных и коммуникационных технологий в художественно-творческой деятельности обучающихся и обучающихся – доминирующая или подчиненная. Но не будут ли информационные и коммуникационные технологии средством ухода от жизненной реальности и создания виртуальной реальности, «условной, легко обратимой и не вызывающей к чувству ответственности» (А.А. Мелик-Пашаев)? Мы считаем, что информатизация художественного образования должна встраиваться в логику методологии гуманитарного познания, сущность которой четко сформулирована М. М. Бахтиным – не точность познания, а глубина проникновения.

Феномен искусства является неотъемлемой формой существования человека. Общение с произведениями искусства формирует личность, обогащает ее духовный мир, развивает чуткость анализаторов и чувств как органов восприятия мира. Целостность мира воспринимается личностью в органичности его зрительных образов, звуковой партитуры, цветовой гаммы, пространственной перспективы, движения объектов. Поэтому предназначение технологий информатизации и коммуникации должно заключаться в интеграции выразительных возможностей различных видов искусств. Задачи дополнительного художественного образования решаются средствами различных видов искусства. При использовании новейших средств информационных и коммуникационных технологий

возможно комплексное решение задач дополнительного образования. Поэтому владение и умелое использование информационных и коммуникационных технологий – это новая ступень в интеграции видов, содержания, форм и методов дополнительного художественного образования.

Воспринимаемый или создаваемый в различных видах художественной деятельности образ мира – это всегда результат и определенный уровень художественной образованности личности, понимания и грамотного использования ею выразительных средств в различных видах художественной деятельности. Таким образом, современные информационные и коммуникационные технологии создают основу для интеграции различных видов художественной деятельности (при доминирующем одном из них) в учреждениях системы дополнительного образования.

Полифункциональность художественной деятельности – одна из актуальных проблем современности, ставящая на повестку дня вопрос о формировании медиакультуры среди пользователей различных возрастных групп. Теоретические и практические аспекты медиаобразования впервые в нашей стране были разработаны Ю.Н. Усовым (ИХО РАО) в конце XX в., и изложены в созданной автором программе для работы со старшеклассниками. Ю.Н. Усов создал педагогическую модель эмоционально-интеллектуального развития школьников на основе интеграции экранных (кино), электронных (телевидение, видео) и новых информационных и образовательных технологий (видеосъемка, компьютер, школьная теле- и радиостудии) в художественно-творческой деятельности. Поэтому программа Ю.Н. Усова позволяет нам рассматривать мультимедиа технологии как основу для интеграции интеллектуальной и эмоционально-оценочной деятельности обучающихся, «находящихся в современных условиях избыточного влияния различных медиатекстов». И это потому, что медиатекст в образовательном процессе – это «практический результат реализации мысли, выраженной средствами конкретного вида информации; как ассоциативное пространство эмоционально-смысловых взаимосвязей; как форма коммуникации,

развивающая мышление, восприятие, культуру общения; как посредник в постижении, осмыслении художественной и объективной реальности».

Образовательное пространство современного ученика перешагнуло границы учебной аудитории. Всемирная сеть «Internet» предоставила пользователю неограниченные возможности получения информации, знаний, способов и форм самообразования (от считывания краткой текстовой энциклопедической информации до участия в форумах, Интернет-конференциях, мастер-классах, видеоэкскурсиях, просмотра открытых лекций и т.д.). К услугам желающих – мультимедийные энциклопедии и другие интерактивные средства обучения. Эти возможности позволяют всем и каждому пополнять и интегрировать знания как в рамках одного учебного предмета, учебной дисциплины, области научного знания, так и между различными учебными предметами, учебными дисциплинами, областями научного знания.

Заслуженно широкое признание в настоящее время получили такие формы учебной и внеучебной деятельности, как: создание мультимедийных проектов и презентаций (например, в программе Power-Point), информационно-реферативное творчество (с компьютерным набором, редактированием и оформлением текстов), использование фонограмм-«минус» и фонограмм-«плюс», Web-дизайн и др.

Появление и широкое распространение информационных и коммуникационных технологий, на наш взгляд, ознаменовало окончательную смену парадигмы «ЗУНов» на парадигму развивающего обучения, личностно-ориентированных обучающих технологий. Проектная деятельность обучающихся позволяет в рамках конкретной избранной тематики интегрировать художественный, документальный, мемуарный и другие материалы, выстраивать логику драматургического развития (презентации, слайд-шоу, ролика, видеоклипа) и создавать целостную сюжетную композицию.

В драматургии проекта интегрируются материалы музыкального искусства, литературного творчества, изобразительного и декоративно-прикладного искусства, архитектуры, документального, художественного и анимационного кино и др. Примеров подобного рода из повседневной

образовательной практики можно привести предостаточно, и все они, по существу, доказывают возможность, необходимость и общедоступность процесса внутрипредметной и межпредметной интеграции на основе информационных и коммуникационных технологий.

Таким образом, на методологическом уровне информационные и коммуникационные технологии в художественно-образовательном пространстве выступают как фактор интеграции:

- выразительных возможностей различных видов искусства;
- видов, содержания, форм и методов художественного образования;
- различных видов художественной деятельности (при доминирующем одном из них);
- интеллектуальной и эмоционально-оценочной деятельности обучающихся;
- внутрипредметных и межпредметных знаний, умений навыков.

Глава 7 . Креативный аспект применения наглядности в рамках мультимедийных средств вуза

Мультимедийные средства приобретают растущее значение в образовательном процессе; они стали посредником между студентом и преподавателем, уменьшая долю личностного общения. Возникает вопрос о способах компенсации такого общения путем насыщения содержания мультимедиа таким образом, чтобы оно было понятно студентам не только в аспекте рациональном, но и эмоциональном. Последний аспект важен в воспитании ценностного самосознания. Речь идет о повышении эффективности применения мультимедиа на основе понимания закономерностей порождения образа – как вообще зарождается мысль и в сознании формируется понятие [1]. Понятие без наглядной интерпретации не поддается уяснению, наглядное изображение понятия - всегда модельно. Это следует учитывать педагогам и правильно применять наглядность на учебных занятиях, в том числе, в практике использования и применения мультимедийных средств.

Наглядность есть демонстрация мыслимого содержания в созерцании. Процесс наглядности протекает как мыслящее созерцание.

Средства наглядности включают в себя внутренний смысл и его внешнее изображение, дискурсивно-всеобщее и чувственно-единичное. Смысл обращен к мышлению, а изображение – к созерцанию. Изображение содержит опорные пункты для действий по построению в мышлении тех отношений, которые составляют содержание того или иного понятия. Двойственный характер средств наглядности выражает в объективированном виде строение мыслеобразующей формы. Понятие есть рациональный аналог формы предмета, его структуры, а форма оптимально интерпретируется в модельных представлениях. В наглядном изображении понятий чувственная ткань средств наглядности должна быть прозрачной, сведена к минимуму, чтобы структурность попала в центр внимания, вышла на первый план. Средства наглядности передают собой конкретное содержание логического уравнения. Понятие непосредственно не транслируется, оно кодируется в языке. Изображение отношений, заключенных в понятии, провоцирует на догадку, если изображаемая структура подобна структуре понятийного содержания и прозрачно ясна – не занавешена инородным материалом, не картиночна. Д. В. Пивоваров отмечает, что необходима теоретичность изображений, родственных логико-математическим моделям, например, с изображением множества некоторых элементов [2].

Наглядность можно разделить на внешнюю и внутреннюю. В первом случае мыслимое содержание демонстрируется во внешнем созерцании, в пространстве, во втором – во внутреннем созерцании, в воображении. Средства внешней наглядности представлены в пространстве в виде графических схем, слайдов, фильмов и т. п.; при этом изображение задается извне. Признавая комплексность в применении наглядности, мы обратим внимание на внутреннюю наглядность, не получившую достаточного освещения в научно-методической литературе.

Внутренняя наглядность задается словесно и актуализируется в воображении самими обучаемыми; через – метафоры, сравнения, художественные и другие поясняющие образы, модельные аналогии, мысленные эксперименты, примеры. Такие средства наглядности ориентированы на общекультурную подготовку. Образ понятия строится

в значительной мере личными усилиями обучаемого в воображении и закрепляется психомоторикой его построения. Духовно порожденный образ переживается. Внутренняя наглядность соотносится с внешней примерно так же, как образ в поэзии с образом в скульптуре или живописи; первая более одухотворена и не отягощена материальным элементом. Она – «создающаяся в духе наглядность» [3], более высокого интеллектуального уровня, в большей мере родственна духовной природе философии и развивает продуктивное воображение. Классики философии искусно применяли внутреннюю наглядность в своих работах. Можно сослаться на знаменитые диалоги Платона, на его образ «пещеры». Гегель в книге «Феноменология духа» поистине художественно изображает преемственность в развитии философии, в развертывании истины: «Почка исчезает, когда распускается цветок, и можно было бы сказать, что она опровергается цветком; точно так же при появлении плода цветок признается ложным наличным бытием растения, а в качестве его истины вместо цветка выступает плод. Эти формы не только различаются между собой, но и вытесняют друг друга как несовместимые. Однако их текучая природа делает их в то же время моментами органического единства, в котором они не только не противоречат друг другу, но один так же необходим, как и другой; и только эта одинаковая необходимость и составляет жизнь целого» [4]. Не менее образно он описывает появление новой духовной формации в общественном сознании. «Образующийся дух медленно и спокойно созревает для новой формы, разрушает одну частицу здания своего прежнего мира за другой» [5]. Скачок, прерывающий эту количественную постепенность, Гегель сравнивает с «восходом, который сразу, словно вспышка молнии, озаряет картину нового мира» [6]. У Маркса товар выступает как «кристалл», «сгусток», «отверждение» труда.

Сравнение – важный прием внутриобразной наглядности. К. Д. Ушинский считал сравнение основным фактором мышления: «Весь процесс осознания есть процесс сравнения» [7]. По более точному выражению Ф. Меринга, сравнение – это «чувственная мать мысли» [8].

Важность сравнения объясняется мыслеобразующей формой. Гегель раскрыл генетическую связь метафоры, образа и сравнения. Метафора

«уже есть равнение», поскольку она выражает ясный сам по себе смысл в сходном с ним явлении. Но в ней смысл еще не развернут. Отделение образа от смысла в метафоре «еще не положено, хотя и имеется в себе». Поясняющий образ Гегель определяет как развернутую метафору. Метафоры и образы сообщают смыслу наглядность (созерцаемость), но не выговаривают смысл. В сравнении же обе стороны, образ и смысл, «полностью отделены друг от друга» [9]. Строение мыслеобразующей формы объясняет важную роль сравнения. При сравнении скрытая связь между явлениями становится доступной для восприятия потому, что эта связь выражается в ином чувственном материале. Различие материала подчеркивает саму сравниваемую связь. Метафоры, образы, сравнения есть «точки роста» абстрактного содержания, приемы отделения отношений от их носителей. Сравнение имеет существенное значение на начальной стадии формирования понятий.

К внутренней наглядности можно отнести примеры и мысленные эксперименты. Пример есть словесное описание конкретного содержания, отдельного случая, который следует понять обучаемому как единичное выражение всеобщего и необходимого и построить соответствующее понятие. Пример содержит опорные пункты для умственных действий по формированию понятий, абстрактного содержания. Гегель, как педагог, это хорошо понимал: в книге «Наука логики» теоретические положения он сопровождал примечаниями, в которых приводил примеры, поясняющие понятия. То же можно сказать и об изложении теории в «Капитале», где логическое иллюстрируется историческим. Единственная и при этом огромная польза примеров, по мнению Канта, именно в том и состоит, что они усиливают способность суждения, восхождения от частного ко всеобщему. Но примеры, приводимые сверх меры, «нередко ослабляют то напряжение рассудка, которое необходимо, чтобы усмотреть правила в их общей форме и полноте независимо от частных обстоятельств опыта и в конце концов приучают пользоваться правилами в качестве формул, чем в качестве основоположений» [10]. С другой стороны, умение иллюстрировать понятия примерами свидетельствует, насколько усвоено понятие и в какой степени развито продуктивное воображение.

Достоинство мысленных экспериментов заключается в том, что они целиком фиксируют внимание на абстрактном содержании мысли и не обременены побочными обстоятельствами. «Это – оперирование сущностью в ее чистом виде» [11]. Обучаемый участвует в сотворчестве по идеальному конструированию тех отношений, которые представлены в понятии. В книге «Капитал» и рукописях к ней изложение сопровождается мысленными экспериментами от начала до конца. Однако наглядность помимо изобразительной стороны, передающей подобие формы, имеет и другую, выразительную, эмоционально-побудительную, сторону, особо важную для философии, других гуманитарных и социальных дисциплин. В гуманитарных дисциплинах для понимания важно не только умение строить содержание понятия в воображении, но и переживание. Мироззренческий, ценностно-антропологический аспекты обязывают использовать во внутренней наглядности помимо изобразительных элементов чисто познавательного характера выразительные, сигнально-побудительные компоненты, которые, воздействуя на сознание, продуцируют нравственные, эстетические и другие духовные чувства и непосредственно формируют ценностные структуры сознания. Закрепление знания посредством переживания позволяет доводить знание до понимания и убеждения. Убеждение включает логико-эмоционально-волевые и аксиологические моменты, побуждающие к определенному выбору и поступку. Если изобразительные элементы содействуют формированию рационально-информативных убеждений, то выразительные компоненты усиливают эмоционально-волевые и аксиологические моменты. Единство обеих сторон средств наглядности интенсифицируют усвоение философии, иных гуманитарных дисциплин. В духовном наследии мыслителя И. А. Ильина (1883 – 1954) понятийное мышление часто переходит в художественное, «соло» логики дополняется «хором» духовных чувств. Такая полифония вплетает понятия в духовную целостность сознания. Итак, мыслеобразующая форма составляет основу сознательного применения наглядности. Все приемы наглядности (графические схемы, примеры, мысленные эксперименты, метафоры, поясняющие образы, сравнения и др.) есть разнообразные

выражения мыслеобразующей формы в ее процессуальном состоянии. Эти приемы служат началом возникновения абстрактного содержания мысли и ведут к образованию понятия.

Библиографический список

1. *Гончаров С.З.* Логика мышления и аксиология сердца. [Текст]. Екатеринбург: Банк культурной информации, 2006.
2. *Пивоваров Д. В.* Условно-графические схемы в преподавании философии // Использование наглядных пособий и ТСО в преподавании философии. Свердловск, 1979. С. 38.
3. *Гегель Г. В. Ф.* Эстетика // Соч.: в 14 т. [Текст]. М., 1938. Т. 12. С. 93.
4. *Гегель Г. В. Ф.* Феноменология духа // Соч.: в 14 т. М., 1959. Т. 4. С. 2.
5. Там же. С. 6.
6. Там же. С. 6.
7. *Ушинский К. Д.* Избранные сочинения: в 14 т. [Текст]. М., 1939. Т. 10. С. 94.
8. *Меринг Ф.* Литературно-критические статьи. [Текст]. М.; Л., 1964. С. 421.
9. *Гегель Г. В. Ф.* Эстетика: в 4 т. [Текст]. М., 1969. Т. 2. С. 120.
10. *Кант И.* Т. 3. С. 219.
11. *Пивоваров Д. В.* Условно-графические схемы... С. 37.

Глава 8. Перспективы развития визуальной культуры студентов уральских вузов в условиях усиления медиакоммуникативной направленности отечественного образования

На II Международном конгрессе ЮНЕСКО «Образование и информатика», который состоялся в Москве в 1996 г. был сформулирован тезис о необходимости перемещения внимания преподавателей с инструментально-технологических аспектов информатизации сферы образования на содержательные аспекты, т.е. на существенно большую информатизацию самой предметной области образования. На конгрессе было зафиксировано представление о том, что информационные ресурсы должны рассматриваться как фактор социально-экономического и культурного развития общества, выделено одно из направлений научных исследований - *человек в информационном обществе*, в том числе

информатизация процессов образования и воспитания человека, развитие его творческих способностей на основе *креативных информационных технологий*, преодоление им технологического и *лингвистических барьеров* в развивающемся информационном пространстве.

К числу таких барьеров в креативных информационных технологиях, существенно использующих визуализацию процессов, можно отнести разрыв между «художественным языком» разработчиков и пользователей новых технологий (визуальными сигналами используемыми ими) и культурной реальностью.

Аспект коммуникации в системах «человек – объект – природа» «человек – объект – культурная реальность», «человек – объект - природа» при помощи визуальных сигналов особенно важен для пластических искусств – архитектуры, дизайна, скульптуры, и других средств визуального воздействия на эмоции человека.

Любой объект как визуальный продукт представляет собой «интерфейс визуальной формы» между культурой и человеком, между людьми, между человеком и природой. Этот визуальный аспект существенен при рассмотрении объектов различной природы, но особенно таких как архитектурные сооружения, собственно городская среда, потребительские товары, веб-ресурсы сети Интернет. Это позволяет ответить на вопрос об эмоционально-образной структуре визуального поля, воспринимаемого современным человеком.

Термин **Интерфейс** (от англ. *Interface* - поверхность раздела, перегородка) используется во многих областях науки и техники и обозначает совокупность средств, методов и правил взаимодействия между элементами системы (Википедия) или определенная стандартами граница между взаимодействующими независимыми объектами посредством задания параметров, процедур и характеристик взаимодействия объектов (Глоссарий.ru) Таким образом, наличие и использование интерфейса обеспечивает коммуникацию, функцию обмена сигналами, или посылка сигналов от одной стороны к другой.

В интерфейсе визуальной формы есть упорядоченность (которая позволяет воспринимать его) и есть значения этой упорядоченности, то

есть смысл сообщения, который интерфейс передает, хотя передаче неизбежно возникает трансформация первичного смысла, искажения, «шум» значений, и первоначальные значения утрачиваются, стираются, заменяются. В культурном, «окультуренном» предмете всегда, кроме функции, присутствует его эстетическое, символическое значение, символическая и образная надстройка над реальностью, которая облегчает функционирование знаковой системы (это касается архитектуры).

Любой язык, как знаковая система, заменяет, объединяет, классифицирует предметы мира и выводит собственные законы описания мира. Так формируется культурная реальность, для общения с которой необходим интерфейс (танец, храм, миф или культурный продукт, несущий информацию, служащий для коммуникации). С развитием цивилизации интерфейс усложняется. Структуру интерфейса можно назвать «текстовой», поскольку она подразумевает прочтение по законам собственной грамматики (набора правил прочтения).

Визуальный язык имеет общую с любым естественным художественным языком специфику: он обращается в большей степени не к аналитическому, а к эмоциональному разуму. Интерфейсом визуальной формы можно назвать картину, изображения экрана телевизора или компьютера, фасад архитектурного сооружения или его пространственную конфигурацию (поскольку они несут информацию о структуре сооружения, обладают способностью создавать меняющиеся образы, отражающие поэтические значения формы). Интерфейс – это и функциональная структура здания (то, как оно отвечает особенностям рельефа, климата, социального использования пространства). Он существует в различных масштабах городского пространства: от интерфейса как рекламного сообщения или обозначения, до интерфейса архитектурного сооружения (граница между внутренним и внешним пространством); интерфейс городского пространства (граница между общественным и частным пространством, граница между внутренним и внешним, городской пейзаж) и т.д.

Каждый элемент общего интерфейса имеет свой план содержания (поле значений), поэтому мы можем говорить о языке архитектуры или

дизайна, о «визуальном тексте» архитектурного пространства ли пространства культурных продуктов. Но, как видим, этот язык и этот текст в значительной мере отличаются от вербального языка повседневного человеческого общения в силу своей структуры. Но вербальный текст-концепция может транслироваться в архитектурную или художественную форму. Так, текст-манифест конструктивистов, использующий лозунги, или текст-эксперимент модернистов с новыми синтаксисом и семантикой, в качестве концепций «переходят» в сферу реальной архитектурной практики.

Например, демократическая архитектура объединенной Германии конца XX века в качестве официальной концепции поддерживала стирание в административных зданиях различия между ограждением и экраном: функции прозрачной стеклянной стены и окна смешиваются, что «по концепции» отражает «прозрачность власти». Но как таковое «ограждающее» значение стены мы уже не можем отследить: в один момент она обладает отгораживающим значением, в другой, наоборот, подчеркивает проницаемость (которая совсем не является необходимой с функциональной точки зрения).

Это подразумевает взаимовлияние слоев архитектурного пространства, которое может изменять значения архитектурной формы. Например, куб как геометрическая форма имеет значение устойчивости, это «символ земли», но если куб обладает сенсорной проницаемостью, целиком из стекла? В таком случае первоначальное значение формы скрывается, и на первое место выходит пластически читаемое значение: прозрачность, означающая открытость, легкость, проницаемость, технологичность, элитарность. Но на втором плане первоначальное значение продолжает присутствовать в форме. Пирамиды в Древнем Египте и пирамида центрального двора Лувра обладают одинаковой геометрией, но различным масштабом, различной пластикой и, в итоге, различным конечным значением. В результате, в плане содержания современной пирамиды присутствует призрак египетской (как модель), но ее содержание иное. И общее интегральное значение этой формы меняется: она нейтральна, артикулирует вход и пустоту внутреннего

пространства, в качестве негатива модельного значения пирамиды как артикулятора внешнего пространства.

Восприятие визуального сообщения можно представить как иерархическую структуру, прочтение которой начинается с уровня физических тел, визуальных ощущений и постепенно восходит к прочтению образов и метафор сложного характера, для подготовленного человека, если они присутствуют в художественной форме. В реальном времени восприятие происходит практически мгновенно, а интегральной единицей формы может стать не только знак, но и целостно воспринимаемый пространственный образ. Это касается в принципе любого визуального сообщения.

Визуальный образ реального пространства может быть прочитан двояко: формально и пластически. Формальное прочтение подразумевает опознавание основных тектонических фигур, участвующих в строении пространства. По А.Леви, существует четыре типа этих фигур: закрывающий, открывающий, покрывающий и артикулирующий поверхность, эти типы подразделяются на тектонические сегменты, составляющие элементы, а те, в свою очередь, на подсегменты. Формальное прочтение позволяет идентифицировать окружающее пространство и двигаться, действовать в нем, распознавая значимые элементы, и отличая, например среду типа «тротуар» от среды типа «автострада». Пластическое прочтение архитектуры представляет собой распознавание основных пластических черт визуальной формы: материала, текстуры, полихромии, моденатуры или контура форм. Именно пластическое прочтения архитектурной или дизайнерской формы создает эмоциональное впечатление.

Поиск комплексных визуальных единиц в теории архитектуры, которые бы позволили создавать пространства и формы с точно заданными свойствами, касался не только строения архитектурной формы, но и вопросов существования более сложных единиц архитектурного пространства: компоновочных схем. Но практика показала неэффективность использования такого рода словарей в процессе проектирования. Мы можем определить некие инварианты архитектурного

языка. Например, «поверхность» (пол, крыша, стена, проход, окно): поверхность движения и поверхность покоя, но не существует неких изначально присущих этим элементам качеств, они появляются в результате взаимодействия элементов между собой и с человеком.

Тогда происходит формирование нового значения архитектурной формы, значение геометрической формы интерферирует со значением пластики и т.д. Существуют некие изначальные качества материала, не зависящие от условий его применения, также как и существуют некие изначально определенные качества архитектурных элементов, но в процессе сборки формы значение этих элементов меняется. Вместо определения статичных и неизменных единиц архитектурных языков, мы можем говорить о виртуальном, потенциальном значении пластических форм, о *валентности* архитектурного знака и архитектурной формы, о ее способности образовывать соединения с другими элементами. Это виртуальное значение формы, и только в процессе создания сооружения она приобретает реальное значение, возможное только именно в данном контексте. Архитектурное бюро FOA (foreign office architects) на основе «моделирования» форм из простейших элементов и их свойств создала целый классификатор своих концептуальных работ, обозначив его «филогенезисом» архитектуры. Вообще, постиндустриальная архитектура начала XXI века характерна тем, что она в качестве концепции может использовать все, что угодно, любые образы из всего богатства мифопоэтического багажа человечества, при этом скорость, с которой виртуальные концепции переходят в реальность, поражает воображение. Но какие пластические визуальные эффекты может предложить архитектура, взращенная на основе метафор виртуального мира? Какие новые архитектурные языки она разработает, и какие элементы этих языков станет применять? Ответ на этот вопрос содержится в идеологии формообразования в сфере архитектуры и дизайна.

Любое сообщение имеет план содержания и план выражения, или собственно визуальную форму (развить специфику технологии визуализации – формообразованию на стыке «Объект – Образ – Символ»). В применении к образованию семиотическая концепция накладывает

дополнительные требования к организационным формам межвузовского взаимодействия и обмена информационными ресурсами в процессе создания коммуникативного сообщения с помощью визуальной формы. В качестве подтверждающего примера можно привести результаты анализа Концепции создания и развития Уральского федерального университета в г. Екатеринбурге. Проблемы формирования среды, обеспечивающих создание визуальных коммуникативных сообщений в формате *современных образовательных технологий* затронута в Концепции создания и развития Уральского федерального университета (УрФУ) в г. Екатеринбург на базе двух ведущих вузов Уральского региона - Уральского государственного технического университета-УПИ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (УГТУ-УПИ) и Уральского государственного университета имени А.М. Горького (УрГУ). В Концепции заявлено, что создаваемый Уральский федеральный университет как один из глобальных лидеров образования и научно-инновационных разработок есть ядро университетского комплекса вузов Свердловской области. Его миссией «является обеспечение реиндустриализации – формирования человеческого и научно-технического потенциала сбалансированного обновления традиционных и развития постиндустриальных отраслей экономики» Урало-Сибирского региона. Для достижения стратегической цели одной из первоочередной является решение «задачи организации **современной инженерной подготовки**, сочетающей в себе техническое, естественно-научное, социально-экономическое и управленческое образование».

В Концепции можно выделить совокупность взаимоувязанных перспективных целей, достижение которых в дальнейшем должен обеспечить УрФУ: 1. формирование базовых компетенций и личных качеств выпускников для успешной практической деятельности на рынке технологий виртуальной (визуальной) реальности; 2. осуществление экспорта создаваемых в нем образовательных технологий и образовательных продуктов. Стратегия создания и развития УрФУ базируется на реализации ряда стратегических политик. В контексте

выделенных выше целей, можно определить ряд моментов стратегических политик, обеспечивающих их достижение.

Образовательная политика УрФУ предполагает, что особенностью вновь создаваемого Университета будет сильная гуманитарная составляющая образования «за счет совместного гуманитарного и инженерно-технологического обучения формируются универсальные взаимодополняющие компетенции». Кроме того, в ходе обучения у студента будет формироваться комплекс базовых компетенций и личных качеств, необходимых для успешной практической деятельности в изменяющихся экономических условиях, в т.ч. и на новых для Уральского региона рынках.

Политика управления человеческим капиталом рассматривает персонал университета и с точки зрения его функциональных возможностей в рамках основных процессов Университета. В основном педагогическом персонале должны быть представлены исследователи и проектировщики – высококвалифицированные разработчики проектов и исследователи, которые могут обеспечить учебный процесс, их курсовые, дипломные и другие работы студентов в качестве кураторов, руководителей, консультантов и т.д. К числу необходимых квалификаций такого персонала Концепцией относятся знания и навыки по разработке мультимедийных материалов.

При реализации образовательно-технологической политики Университета сформируется *«корпус современных образовательных технологий»*, позволяющий повысить конкурентоспособность образовательных программ и эффективно формировать практические навыки и компетенции студентов и педагогического персонала востребованных инновационными рынками, в т. ч. и информационными. Таким образом, инновационная образовательная технология базируется на современном содержании, структурированном в формате мультимедийных учебных курсов и формирующем у студентов компетенции, адекватные жизненной практике в целом и деловой практике в частности. Такое требование к формату и содержанию учебных курсов дает потенциальную возможность рассматривать УрФУ как «эффективно работающий Центр

компетенций и превосходства в области современных образовательных технологий» и осуществлять в дальнейшем экспорт образовательных технологий и образовательных продуктов, созданных на базе этих технологий.

Целью реализации инновационной политики является позиционирование Университета как инновационного технологического центра мирового уровня в т. ч. и на перспективных рынках технологий и продуктах визуализации: «развитие интерактивного 3D телевидения, free-viewpoint video (видео со свободной точкой обзора), использование виртуальных 3D-технологий для развлечения (кино, ТВ-игры и т.д.), обучения (имитация игры на музыкальных инструментах и т.д.), в быту (3D-гиды по странам, туристическим маршрутам), промышленности (3D-визуализации сейсмической активности и т.д.)».

В реальности, в настоящее время, вузы – участники проекта не обеспечены специалистами-педагогами, обладающими подобными квалификациями по разработке мультимедийных информационных ресурсов на основе профессиональных технологий визуализации. Решение этой проблемы может быть обеспечено в рамках кластерной и инфраструктурной политики УрФУ. Действительно, кластерная политика УрФУ направлена в т.ч. «на содействие формированию территориальных» социально-экономических кластеров, обладающих потенциалом глобальной конкурентоспособности. К числу подобных кластеров можно отнести и комплекс вузов Свердловской области, планируемых для размещения в дальнейшем на общей площадке. Подобные перспективы плотного территориального размещения потребуют определенных изменений с целью как устранения дублирования, так и координации учебных и исследовательских процессов в вузах. Первым шагом на пути подобных изменений может рассматриваться «заключение договоров стратегического партнерства, реализацию совместных образовательных программ и исследовательских проектов, совместное использование центров коллективного пользования УрФУ, организацию программ повышения квалификации и обмена опытом для преподавателей».

В инфраструктурной политике целесообразно выделить два аспекта. Во-первых, первостепенное значение необходимо уделить решению проблемы наращивания квалификационного капитала общества (как интегральная характеристика квалификаций отдельных граждан, экономических субъектов, территорий, социальных групп), т.к. «недостаточно сильные позиции России в ряде отраслей экономики в значительной степени связаны не с проблемами в сфере подготовки персонала, а с недостаточным опытом капитализации разработок, привлечения международных экспертов, участия в проектах международного развития». Это утверждение может быть отнесено в полной мере к роли Уральского региона на рынке мультимедийных технологий.

Во-вторых, внедрение мультимедийных и визуальных технологий связано с наличием квалификационной структуры, «задающей систему координат для построения индивидуальных траекторий движения в квалификационном пространстве» и позволяющей наращивать квалификационный капитал средой, обеспечивающей рост квалификаций. Учебной средой для формирования квалификационного капитала «научно-педагогического персонала территории УрФУ» в сфере мультимедийных и визуальных технологий должна служить территория самого университета, поскольку университетский город-кампус должен обеспечить активизация спонтанного обучения и самообразования в сфере архитектуры и дизайна, формирования визуальной культуры его жителей позволяющей «прочитать» смысл визуальной формы.

В рамках указанных выше политик, при реализации проекта УрФУ целесообразно создание Межвузовского некоммерческого партнерства «Визуальные технологии социальной информатики» в целях инициации процессов создания объединений работодателей на рынке образовательных мультимедиа-технологий и разработки квалификационных стандартов (структур) для него.

Раздел 3

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ В КОНТЕКСТЕ КИБЕРРЕАЛЬНОСТИ

Глава 9. Реально-виртуальный мир образования: «в ожидании Годо»

Представитель эстетики абсурда драматург С. Беккет [1] в своих парадоксальных пьесах развивал тему человеческого одиночества. Он говорил о потребности своих героев в общении, которого они лишены. Всю жизнь они пристально вглядываются в свой внутренний мир, готовясь и пытаясь соотнести его с окружающей действительностью, но выводы их безутешны, а существование бесперспективно. В трагикомедии «В ожидании Годо» (1952) герои не случайно оказались на пустынной заброшенной дороге, единственным «украшением» которой является засохшее дерево: они в Зоне. Речь героев заторможена, поэтому они демонстрируют механизм некоего процесса: ожидания, предчувствия Встречи и взаимных действий. Различные повторяющиеся жесты в духе фантазмагорической клоунады Феллини, психологические перипетии должны занимать зрителя. Многие герои Беккета коммуникативно парализованы или заключены в узком пространстве своих возможностей. Паралич мысли, паралич воли... все живут в ожидании фантома, виртуального посланца Годо! [2] К встрече с которым они, скорее всего, не готовы и поэтому не заметят его прихода.

Наступление телевизионной эры фактически совпало с наступлением эпохи постмодернизма, гедонизма и релятивизма. После эпохальных открытий XX в. в области электроники, информатики и кибернетики наступил период глобальных инноваций в сфере телекоммуникаций, аудиовизуальной техники, спутниковой связи и прорывов в компьютерной индустрии. Массовые медиакоммуникации перестают быть пространственно и элитарно ограниченными [3]. Эта тенденция возникновения планетарных СМИ коррелирует с возникновением транснациональной массовой культуры, ориентированной на западные модели распространения и функционирования т.н. «западнизм» (А. Зиновьев). Сегодняшний этап эволюции масс-медиа совпадает с

началом эпохи глобализации всех сфер культуры и жизнедеятельности современного поколения. Появление в конце XX в. компьютеров и сети (Интернет) изменило природу медийного общения. Интернет как глобальное информационное пространство, перевернув наши понятия о скорости обмена письменными сообщениями, позволил мгновенно соединять коммуницирующих агентов в любой точке нашей планеты, до предела упростив схему получения информации. Идет всеобщая компьютеризация, распространение персональных компьютеров и сверхмощных программ новых поколений. Они, в свою очередь, привели к появлению нового качества и принципов организации внешнего социального мира и внутреннего пространства человека – феномену «виртуализации» общества и культуры. Процесс замещения реального пространства – как поля воспроизводства культуры общества – условным пространством отраженного действия и называют виртуализацией. Это один из отличительных признаков современного глобального процесса смены потребительских парадигм: люди предпочитают смотреть, воображать, представлять, а не действовать. Результат социальный – симуляция процессов и программные намерения.

Технотронная эпоха порождает новые типы личности: развлекающуюся – человека-консьюмера, или, в лучшем случае, как надеялся Э. Тоффлер, - «просьюмера», с пассивно-созерцательной идеологией потребителя [4].

Уже второе поколение студентов России живет в технотронную эпоху. Все большую роль в жизни молодежи играет сеть, постоянно расширяющая охват пользователей. Телевизионные компании также пробуют заявить свое присутствие в сети, пытаясь перенести просмотр видео-продуктов Интернета на экраны телевизоров. В итоге неизбежна новая морфология телевизора, который превращается в телекомпьютер (ПКТВ). В перспективе, телекомпьютеры могут быть объединены и составить еще одну глобальную сеть. Информационный глобализм проявляется уже сегодня в образовании различных межконтинентальных коммуникационных каналов и сетей, а новое столетие ознаменовалось синтезом телетрансляционных, компьютерных и мегапутниковых систем

связи, существенными ингредиентами которых станут роботехника, голография, мобильные и персональные средства связи, глобальная коммуникация с использованием спутников, лазеров, стекловолоконной оптики. Не стоит забывать и о глобальной финансиализации масс-медиа, превращающей духовное окормление в придаток спекулятивно-коммерческого производства. Коммуникация «не имеет пространственного места», т.е. не привязана к региональным обществам, она сама определяет границы и значение социального пространства. При таком ракурсе рассмотрения возникает вопрос о структурировании коммуникативных систем в более широком контексте - новом подходе в определении параметров социального порядка в информационно-коммуникативном обществе. «Реальность массмедиа» всегда относительна и иллюстрируется следующей парадоксальной максимой: «То, что мы знаем о нашем обществе и даже о мире, в котором живем, мы знаем благодаря массмедиа»[4]. Телевидение стало не просто главным источником новостей для всех жителей планеты, но и средовой матрицей формирования душ, духовным наставником поколений, поставщиком образов и образцов, ценностных векторов, ориентаций, критериев, норм, вкусов. Специфику медиа-информирования определяет ее мозаичный, фрагментарный по содержанию и избыточный по времени характер вещания, поэтому и восприятие мозаично, а зритель уподобляется участнику игры, собирающему образы из набора точек.

Когда социологи, философы и медиа-эксперты говорят о современном обществе как «обществе спектакля» (Ги Дебор), «виртуальном» обществе, они подчеркивают самоочевидную истину: в культуре быстрыми темпами идет сокращение пространства («галактики») Гуттенберга, наблюдается лавинообразное возрастание удельного веса визуализации в массовых коммуникативных процессах. «Картинка важнее слова», - бренд сезона массовой культуры. Эта особенность ее презентации объясняет многое в толковании роли ТВ (а отчасти и Интернета) в наши дни. Слово, особенно письменное, уступает свои позиции музыке, жесту, мимике, изображению (видеоряду). Но может это и не трагедия, а

эволюционное изменение алгоритмов человеческой культуры и природы, имеющее отношение к позитивным аспектам процесса глобализации.

Социокультурная тематика занимает достойное место в трудах философа Ж. Бодрийара, который, рассматривая общение как дар, как подарок человечеству от Природы. В знаменитом эссе «Реквием по масс-медиа», он указал на небывалый до этого уровень опосредования опыта людей средствами массовой коммуникации, особенно телевидением, что стало конститутивным признаком потребительского общества. Выступая перед российскими студентами, он афористично отметил общую социокультурную тенденцию новейшего времени: «слишком много информации и слишком мало смысла» [3]. Имелось в виду, перенасыщение современной жизни и особенно каналов СМИ необязательными сведениями, «шумом», симулякрами, которые «берут верх над историей». Последние «ликвидируют нас вместе с историей», т.к. симулякр - это знак без означаемого, знак за которым ничего не стоит, кроме сотворенной им же реальности, которая не что иное, как «гиперреальность» (Ж. Деррида), т.е. разновидность виртуальной реальности, лишенной глубины, некая поверхность, дающая выхоленную, но привлекательную картинку действительности, т.к. представленное на ней изображение идеализирует, «раскрашивает» нашу каждодневную тусклую или жестокую реальность [3]. С каждым годом людей на нашей планете становится все больше. Проблемы рокового для человечества кризиса накапливаются подобно мусорным свалкам, от которых хочется отвернуться. С каждым годом ускоряется и увеличивается поток производимой в СМИ (не говоря уже о производстве или науке!) социальной информации. С каждым годом все больше говорится и пишется о том, что мы не успеваем перерабатывать то, что говорится и пишется каждый день, а есть еще и прошлое. Есть традиция, которую нельзя потерять. Есть долг перед теми, кто будет жить после нас. Мы не успеваем переработать то, что печатается в журналах, показывается по всем каналам, рисуется на рекламных щитах, пересылается по почте, черпается из Сети, льется из мобильных и обычных телефонов, проговаривается на кухне. Ускоряющийся синерго-эмергентный водопад медийной информации уже сейчас порождает не

только вопросы, но и (зафиксированные наукой) психические расстройства потребителей. А ведь информационное, а тем более – информациональное – общество только возникает. Общение в СМИ становится все более рациональным и рационализированным. Интерактивность, призванная интенсифицировать социально-культурный диалог Коммуникатора с Реципиентом, сегодня все чаще подавляется постановочно-театральной ПР-деятельностью, политической рекламой, имитацией обратной связи. Масс-медиа остаются мировым фольклором, источником неомифотворчества. Медийную глобализацию можно трактовать как переход к унифицированным способам информирования масс и конвейерному способу распространения новостей и культурного опыта для всего мира. Язык информационных потоков тяготеет к стандарту, а личностное начало коммуникатора влечет его к самореализации с помощью Слова. Отсюда и амбивалентность медийного Мегадискурса, глобальные парадоксальные противоречия образования [4].

Сегодня возникает особая задача для образования - формирование медиакультуры современного человека. Формируемый «миф» реальности отстраняет человека от нее, оказывая огромное влияние на возможность осуществления деятельности с осознанным принятием ответственности за собственную жизнь и интересом к ней. Результатом этого становится искаженное, дифференцированное мировоззрение, не позволяющее человеку понять и реализовать собственный потенциал [5].

Понимание этой проблемы пришло сегодня к российским, как и ранее к зарубежным педагогам и ученым. Сейчас для нас актуальным является адаптация опыта, методологии, теоретических концепций школ медиаобразования разных стран. При этом надо быть готовым к тому, что результаты этого процесса у них не всегда будут соответствовать национальной ментальности и отечественным традициям воспитания и образования, особенно в области оценки качества визуальной медиакультуры.

Для западных представителей медиаобразования Эстетика, скорее, основа для формирования защитных (против некачественных медиатекстов) реакций учащихся, развития их эстетического вкуса, критической позиции по отношению к видеопroduктам массовой

культуры, и наконец, умения творчески интерпретировать и использовать медиатексты. Отдельные школы отечественной медиапедагогики [5] большее внимание уделяют таким векторам как миропонимание и мировосприятие, развитие которых - одна из основных целей, в том числе, осуществляемых в рамках эстетической теории медиаобразования. Появляются такие показатели медиакомпетентности, как «интерпретационный/оценочный» и «перцептивный» критерии. На основе первого показателя можно установить способность анализировать медиатекст, а на основе второго - определить возможность сопереживать автору. И если первый показатель в большей степени основан на измерении степени умений анализировать структуру текста, то «перцептивный» - способности чувственного сближения с миром автора [5]. Экранные искусства представляют собой огромный потенциал для образования и социализации поколений, так как предполагают в процессе восприятия интимно-личностный контакт с медиатекстом, актуализируя тем самым жизненный опыт, что делает возможным его обогащение и активное формирование мировоззрения. Структура высокохудожественного медиатекста организуется таким образом, что уникальность личности автора обнаруживается на разных уровнях воссоздания глубины проникновения художника в рассматриваемую проблему и тем самым делает возможным соизмерение зрителем разных аспектов собственного и авторского мировосприятия, актуализируя разные компоненты его мировоззрения, а диалог собирает эти компоненты в целое, подтверждая уникальность его субъектов. Только при таком проникновении в структуру художественного медиатекста можно отождествлять себя с автором, и осознавать своеобразие в собственном и авторском мировосприятии.

В заключении хочется сделать вывод, что заявленные и стоящие перед отечественным медиаобразованием задачи могут быть успешно решены только в контексте чрезвычайных изменений в отношении к киберреальности. Отечественная аудитория чрезвычайно диффузна и дифференцирована по возрасту, предпочтениям, запросам и ожиданиям, степени информационной зависимости, а главное – по уровню готовности

компетентно и органично «войти в новую виртуальную среду». Все это требует колоссальных изменений и усилий на государственном, социально-институциональном уровне, а также психологической перестройки на основе интеллектуальной компетенции субъектов медиaproстранства - ведь «Годо», как новая реальность уже пришел...

Библиографический список

1. Беккет С. Изгнанник. [Текст]. М.: Известия, 1989.
2. Театр парадокса (Ионеско, Беккет и другие): сб. / сост. и автор предисл. И. Дюшен. [Текст]. М.: Искусство, 1991. С. 10-11.
3. Москалев Б.Г. Реально-виртуальный мир культуры: опыт концептуализации: монография /Б.Г. Москалев. [Текст]. М.:Экслибрис-Пресс, 2008. 424 с.
4. Киттлер Ф. Оптические медиа. Берлинская лекция 1999 г. пер. с нем. [Текст]. М.: Логос, 2009. 272 с.
5. Федоров А.В., Чельшева И.В., Новикова А.А. и др. Проблемы медиаобразования (научная школа под руководством А.В. Федорова). [Текст]. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2007. 212 с.

Глава 10. Компьютерная эстетика: Бог интерфейса в волшебном круге

Автору этой статьи хочется воспользоваться возможностью интерпретировать в контексте заявленной темы материалы о компьютерной эстетике, любезно предоставленные мне профессором Хироши Кавано в 2001 году на ХУ Эстетическом конгрессе в Токио [1].

Хироши Кавано в философских кругах Японии получил известность на рубеже 70—80-х годов как родоначальник «компьютерной эстетики». Конечно, факт возникновения японского варианта «компьютерной эстетики» не вызывает удивления. Ведь именно Япония — страна, уверенно проводящая сплошную компьютеризацию и в то же время не только не поступающая культурным наследием прошлого, но и энергично использующая его в своей повседневной жизни [2].

Профессор предложил всю историю художественного творчества делить на два этапа: «до» и «после» вторжения в область компьютеров. Первый этап — эпоха традиционного искусства, второй знаменует эру компьютерного. «Если посмотреть исторически,— рассуждает профессор,— то высшие достижения, пики развития искусства основывались на научной технологии и находились в прямой зависимости от степени ее использования». Кавано отмечает два таких пика, связанных с количественным подходом к художественному творчеству: расцвет искусств в Древней Греции (классический период) и деятельность мастеров итальянского Возрождения. Основная идея японского эстетика заключается в том, что наиболее полное применение научной технологии, наибольшая алгоритмизация ведут к наивысшим результатам в искусстве.

История мирового искусства предстает в изложении японского технократа как эволюция «художественных технологий», осваивавшихся и все более совершенствовавшихся деятелями культуры различных стран, эпох, народов. По Кавано, мастера, стремившиеся к оптимальной адекватности воплощения художественного замысла в своих произведениях, приближались к такой адекватности по мере освоения технических средств. В «дотехнократический» период, замечает он, «жизненное пространство людей ограничивалось узким мирком их непосредственно-телесных возможностей, с наступлением же эры компьютеров, эры высоких технологий, утверждает Кавано, наступит и эпоха полного расцвета искусств, поскольку компьютерные возможности, в отличие от человеческих, безграничны. В условиях современного массового общества, полагает профессор, искусство перестает кардинально отличаться от материального производства. Создание «компьютерно-художественного» произведения аналогично выпуску предмета потребления в материальном производстве, а парадигма художественного творчества совпадает с парадигмой научной технологии. Кавано заявляет, что научная технология подразумевает наличие в своей основе ясной логики развития определенной идеи, и алгоритмизация этой идеи выступает жизненно необходимым компонентом. Все важнейшие достижения в научной технологии последних двух веков зиждились на

применении алгоритмов. На современном этапе, достигнутом научной технологией в производстве, возрастание роли алгоритмизированности идей обуславливает важность внедрения и распространения кодировки материала с целью превращения его в объект, доступный компьютерной обработке.

И в художественной сфере, подчеркивает японский ученый, мы наблюдаем сходные процессы. Соединение идеи (которая в рамках традиционного «естественного» искусства-мастерства была затемнена и скрыта, а ныне благодаря алгоритмизации прояснена) с закодированным материалом, соединение, порождающее произведение искусства, может быть осуществлено теперь лишь при помощи машины — компьютера. И лишь компьютеры в состоянии обеспечить уровень эффективности (многотиражность), требующийся нынешнему массовому обществу. «Массовое общество, можно сказать, только и поджидало компьютерного слияния идеи и материала», — уверенно провозглашает профессор.

Таким образом, согласно Кавано Хироши, сегодняшний этап развития искусства озаглавлен «браком по любви» компьютерной технологии и массового общества. Причем каждый из партнеров этой неразлучной пары представляет собой необходимое условие для существования другого. Массовое общество нуждается в массовом искусстве. Последнее может стать массовым без потери качества, только подвергнувшись алгоритмизированной компьютерной обработке и тиражированию. Здесь Кавано, на словах ратующий за повышение выразительности художественных произведений, подменяет эту проблему вопросом «обеспеченности» населения такими произведениями. Методологический просчет Кавано заключается в недооценке уникального характера произведения искусства, с одной стороны, и в слепом преклонении перед «ее величеством техникой» — с другой. В свете этого вполне объяснимо обращение ученого к проблеме тиражирования, являющегося сутью техники. Отрицать влияние последней на искусство наивно. Но не менее наивно абсолютизировать подобное влияние, как это делает Кавано Хироши. Тиражирование имеет отношение не к «духовному измерению» художественной информации, не к сокровенной ее сути, а к тому, что составляет средство ее возникновения и бытования.

Художественная информация обладает как бы двухполюсной природой. На одном полюсе — объективный смысл и рациональное значение знака, на другом — его субъективный смысл и эмоциональное значение; на одном полюсе — коммуникативная, на другом — эстетическая ценность искусства. Первый полюс обращает на себя внимание японского эстетика, второй им недооценивается, притушевывается либо вовсе игнорируется. Происходит это, поскольку сконцентрированные на первом полюсе характеристики являются общими и для художественной, и для научной информации. На основании подобной двойственности характеристик Кавано получает возможность манипулировать понятиями, осуществлять «подмену тезиса» и выдавать научную информацию за информацию художественную. Японский ученый отождествляет принципы и методы искусства и науки, стирая, по сути дела, границы между научным (и в первую очередь научно-техническим) и эстетическим познанием. Профессор не случайно нивелирует различия между искусством и наукой, искусством и техникой: для него эти виды деятельности всегда выступают как универсальные, поддающиеся кодировке и перекодировке. Ведь, по Кавано, будущее искусства принадлежит компьютерам; именно компьютер, детище и потребитель научно-технической информации, призван взять на себя в числе прочих функций обязанность художественного освоения мира. В настоящее время человечество еще не достигло нужного для этого освоения уровня компьютерной техники, с оттенком сожаления констатирует Кавано. Тем не менее, последние успехи кибернетики и робототехники внушают оптимизм: не за горами появление человекоподобных компьютеров с искусственным интеллектом, в ряде областей даже превосходящим человеческий. «Как только компьютер получит человекоподобную алгоритмическую программу искусства,— читаем мы в статье «Научная технология и искусство»,— он обязательно поведет себя таким же субъективно-созидательным образом, что и настоящий художник. Следовательно, целью компьютерного искусства можно считать воспроизведение кибернетических Бетховенов и Сезаннов посредством применения искусственного интеллекта. Именно в этом — идеал

компьютерной техники». Судя по приведенному отрывку, необходимым условием жизни компьютерного искусства выступает наличие соответствующих программ — «эстетических алгоритмов», содержащих или воплощающих собой «правила красоты». Между тем ни сущность прекрасного, ни механизм возникновения этого феномена до сих пор не получили всестороннего научного объяснения. Мы можем лишь указывать на присутствие либо отсутствие красоты, слагаемые же ее настолько многочисленны и разнообразны, зачастую настолько противоречат друг другу, что практически не поддаются мало-мальски исчерпывающей систематизации. В самом искусстве эмоциональный момент преобладает над интеллектуальным. Однако в науках об искусстве — искусствознании, эстетике — необходим примат рационального, теоретического, но не эмоционального. В равной степени его нельзя создать и при помощи компьютерной методологии [3], [4], [5].

Как известно, в искусствоведении весьма устоявшимся является понятие стиля. Например, когда говорят о стилистике Брамса, Чайковского, Леонардо да Винчи и других, это ни у кого не вызывает удивления и возражения.

Можем ли мы, задав машине параметры соответствующих стилей, получить в результате полноценные художественные произведения? Или, иными словами, готова ли машина создать «новое произведение» того же Брамса или Леонардо, практически неотличимое по духу, по эстетическому содержанию и форме от других творений этих мастеров? Кавано Хироши ответил бы: разумеется, готова. Сверх того, машина в состоянии создать, допустим, новый «Концерт № 1» Чайковского, «более соответствующий» стилю русского композитора, чем имеющий хождение оригинал, в состоянии написать «Мону Лизу» с более точным соблюдением стиля Леонардо, чем соблюдал его сам автор. Единственность, ставшую возможной благодаря одухотворяющему воздействию личности, художественного гения мастера. Проще всего сказать: «Концерт № 1» Чайковского уникален, «Мона Лиза» уникальна, а то, что сотворит машина, будет чем угодно, но не «Концертом № 1» и не Джокондой. Однако тогда, рассуждает профессор, не имеет права на жизнь

такая дисциплина, как «история стилей». Ведь если каждое произведение совершенно уникально, мы лишены возможности анализировать его с точки зрения воплощенного в нем стиля. Становится невозможной стилевая классификация, типологизация. Действительно, «голый стиль» — это абстракция, «вытяжка» из реального искусства. Но «вытяжка», отражающая объективные закономерности, известную упорядоченность искусства. Можно ли создать «Концерт № 1» Чайковского, в большей степени воплощающий стиль автора, чем уже имеющийся? Можно, но получившееся произведение (воплощенный стилевой эталон) будет иметь такое же отношение к полнокровному художественному шедевру, как пресловутая платоновская «лошадность» или «лошадь вообще» к живой лошади. «Голый стиль» есть мертвая идеализированная модель, отражающая абстрактные законы стилеобразования. В конце концов, истинный художник творит, не руководствуясь соображениями специальной выработки стиля, ради воплощения стиля как такового и зачастую не подозревает даже о его существовании в своих работах. Стиль усматривает, выделяет искусствовед, эстетик, оглядываясь назад, учитывая известное множество произведений и изымая, извлекая из этого множества «скелет» упорядоченности, «каркас» структурированности. Причем такой «скелет» лишь частично совпадает с «телом» своих реальных живых прототипов.

В машинном творчестве оказывается нарушенным порядок следования: не корпус произведений позволяет прийти к определению стиля, к представлению об эстетическом кредо, художественной программе, поэтике мастера, но, наоборот, некий абстрактный стиль, выступающий художественной программой, является отправной точкой создания ряда опусов. Машинное творчество в сравнении с человеческим имеет противоположный временной вектор: первое, при всей его «остросовременности», обращено в прошлое, второе, несмотря на традиционность — в будущее. Уникальность, индивидуальность, непредсказуемость, новизна обуславливают вечную направленность вектора человеческого искусства к грядущему, вечную устремленность в будущее, вечную молодость художественного творчества. Художник опережает время, но его некогда смелая новация, «заимствованная» из

будущего, повторяясь, превращается в технический прием, элемент метода: она «закостеневаает» и постепенно становится достоянием прошлого. Вот эти-то «опрошленные» технические приемы мастерства и может прекрасно повторить и тиражировать машина [2].

Теории машинного творчества появились, как следует из анализа работ Кавано Хироши, благодаря абсолютизации действительно существенного, но не играющего определяющей роли в искусстве - момента упорядоченности, систематизации, повторяемости. А также тех моментов культуры постмодернизма, которые уже без экивоков провозглашают в качестве принципов создания произведений актуального искусства – цитирования, коллажирования, иронического отстранения автора от смысла и содержания. Единственным условием примирения традиционных и авангардных поисков является общее: личностно-эмоциональное начало, интуиция и вкус в творческой интерпретации «вечных» и авторских тем, имеющих свое отражение в «законах» художественного творчества, «поэтиках», в истории и теории стилей. Апологеты компьютерного искусства лишь довели до абсурда в общем правильные эстетические посылки и наблюдения. Получается новая фантастическая комедия – фетишизация интерфейса приводит к «бегу в замкнутом волшебном круге».

Библиографический список

1. 20th Century Computer Art: Beginings and Developments: The Work and Thoight of Contemporary Practitioneers of Algoritmic Art. Tokyo. Tomo Srt University Museum, 2006. 199 p.
2. История эстетической мысли. В 6-ти т. Т. 5. /Ин-т философии АН СССР. Редкол.: М.Ф. Овсянников и др. [Текст]. М.: Искусство, 1990. С. 485-490.
3. Кавано Х. Кагаку гидзюцу то гэйдзюцу (Научная технология и искусство). [Текст]. Токио, 1989. С. 83.
4. Кавано Х. Компюта то бикагу (Компьютер и эстетика). [Текст]. Токио, 1984. С. 144-151.
5. Kavano H. Inverse Metaphor and Folk Aesthetics //X111 Aesthetics Congress. Lahti. 1993. P. 346.

Глава 11. Метафизика восприятия: тактика Персея

В контексте заданной темы мы попытаемся исследовать некоторые феномены восприятия и оптического несовершенства нашего видения. Тема адекватности или уязвимости образа реального мира при зрительном восприятии была необычайно популярна в художественных теориях конца 60-х. Сартр [1] ясно сформулировал концепцию несоизмеримости («ззора») между восприятием и воображением. Человек с его внутренней «вселенной» чувствует себя беспомощным и парализованным перед предполагаемой агрессией или явной тиранией Другого (чужой культуры, ментальности и часто агрессивной информации). Целостность внутренних Я и гармония визуальных миров могут прийти к краху. Несмотря на невидимость Другого, мы чувствуем опасность наблюдателя и представляем виртуальный образ Другого столь достоверный сколь достоверно виделась Медуза, находящаяся под пристальным взглядом Персея в отраженном зеркале. Мы должны различать два типа видения: *tele* (отдаленное, опосредованное, образное) – видение как представление и зрительное восприятие непосредственное, в реальности присутствия. В мире искусств мы намеренно прибегаем к различным средствам условного представления объекта, чтобы уйти из непосредственного процесса восприятия («видения присутствия»), поскольку сам Персей видел Медузу только в отражении.

Возможно, поэтому живопись рассматривается более как «искусство памяти», нежели искусство непосредственного восприятия и прямого воплощения. Живопись подразумевает отстраненность позиции - «щита», необходимого для полноценного проникновения в текст-контекст-подтекст произведения. Когда иная реальность входит в мою Вселенную, я оказываюсь не способным к сопротивлению этому проникновению. И если такой эффект показывает некоторую уязвимость нашего видения, возникает вопрос о возможности создания защитных механизмов, чтобы обойти террор чудовищного Другого из различных средств цифровой информации, видео-зрелищ и масс-медиа-представлений. Пристальный взгляд Другого создает «пустоту», образ-симулякр, открывая «отверстие» и в моей визуальной области сознания, дестабилизируя ее. Это - процесс

радикального изменения предмета (отраженного объекта). Норман Брисон описывает этот эффект следующим образом: «...однажды Другой вступает в твой мир, входит в центр горизонта наблюдателя и внезапно теряется эффект «чужести»... точка внимания становится непрозрачной и исчезает за горизонтом... При повторном схождении в этом навязчивом центре, где уже нет наблюдателя - вторгшийся через образовавшуюся «черную дыру» организует своего рода утечку, которая, впитывая всю прежнюю наполненность тянет наблюдателя в пустоту» [2].

Джакквес Лакан [3] представляет концепцию «Scotomization»: «Пристальный взгляд, кажется, обладает привилегией при рассматривании меня. Это я нахожусь под пристальным взглядом как объект изучения и чем дольше я нахожусь под пристальным взглядом, тем меньше я вижу глаз, которые смотрят на меня, но если я способен рассмотреть глаза, то аналитический взгляд исчезает. Термин «Scotomization» был сначала заимствован из офтальмологии Мартином Чаркотом для описания истеричного (паталогического) видения, а позже этот термин стал употребляться в определении процесса «психического обесценивания, посредством которого индивидуум пытается отрицать все то, что находится в противоречии с его Эго» [4]. В этой версии проблемы видения в теории отражения, Лакан повторно показывает, что «фактически происходит, когда возникает угроза быть замеченным [3].

Таким образом, появление Другого представляет чрезмерную угрозу нашему видению. Хотя нам пока не ясна степень этой «утечки» - исчезает ли полный мир видимости или только малая часть становится искаженной. Но предмет теряет прежнюю визуальную целостность. Вопрос в том, насколько Другой идентифицирован с инструментом (средством) восприятия, который как «зеркало» заставит меня видеть себя, поскольку «пустота» лишает меня полноты визуального впечатления, ведь Другой остается, по определению, невидимым. Аналитический вывод, как это ни парадоксально создается союзом наблюдения и знания. «Короче говоря, Другой может существовать для нас в двух формах: или я испытываю его очевидное воздействие, но не в состоянии познать его; или я знаю его, воздействуя на него, только этим я достигаю его» [3]. Никакой синтез этих

двух форм не возможен. Выходом из ситуации может стать убийство Медузы с целью сделать Другого безопасным.

Эффект паралича пристального взгляда находит свое классическое представление в образе Медузы Горгоны. Символика и иконография Медуза дает возможность раскрыть многостороннее значения визуального (или анти-визуального) опыта Другого. Рассмотрим эти положения на примере живописи. «Проникнуть в мир картины», «войти в картину» и тому подобные выражения нередко встречаются у искусствоведов, но при всей своей метафоричности слова «войти», «проникнуть» обозначают вполне реальное поведение того, кто созерцает живописное произведение [5].

Обратимся поэтому к одному из потомков искусства живописи — кинематографу. В фильме Андрея Тарковского «Солярис» есть эпизод, где действие происходит в библиотеке космической станции — помещении, совершенно лишенном окон (это обстоятельство специально озвучено одним из героев). Роль окон берут на себя висящие на стене картины — с той существенной разницей, что это «окна» в земной мир, столь ценная для героев «земная память». Особый, символический акцент ставится на одной из картин — знаменитом брейгелевском пейзаже «Охотники на снегу». Представленная в начале эпизода как один из многих предметов фона, эта картина по ходу действия начинает играть все большую роль. Подобно элементам земного «словаря», один за другим оживают фрагменты изображения. И оживают буквально! Из недифференцированных шумов возникают птичий гомон, лай собак, звон колокола. И вот уже кажется, что трещит костер, скрипит снег под ногами, переговариваются люди... Каждый, кто видел фильм, вспомнит, наверное, это поразительное ощущение: иллюзия оживления настолько сильна, что перестаешь различать творимое авторским кинематографом и собственным восприятием.

Но это еще не все. Согласно сюжету, герои на короткий момент оказываются в состоянии невесомости. И в этот самый момент, когда они парят на уровне картины, изображение постепенно увеличивается и заполняет все пространство экрана. На этот раз картина безмолвствует, но

память хранит ее «звучанье». Изображение обретает стереоскопичность. Совершается пространственная метаморфоза, в процессе которой герои из реального интерьера перемещаются в становящийся не менее реальным ландшафт, и вместе с ними туда естественно и органично переносится кинозритель. Что же произошло? Как, каким волшебным способом преодолели мы границу между двумя столь разными мирами? Попытаемся более подробно и последовательно раскрыть механизм этого волшебнореального действия. Действия — подчеркнем это слово! Ведь кинематограф потому и способен столь блестяще «развоплощать» живописный образ, что, оперируя движением, вскрывает внутреннюю динамику изображения [5].

Итак, о механизме вхождения. Напомним о том, что герои оказываются в состоянии невесомости, то есть, лишены того, что называется ориентацией в земном смысле слова. Хотя абрис реального интерьера и остается неизменным, герои (и мы вместе с ними) теряют чувственную связь с привычными координатами, утрачивают способность переживать определенность окружающего их пространства. Созданием эффекта ориентационной зыбкости наше восприятие — прежде всего зрительное — подготовлено к следующему этапу. В качестве средства, концентрирующего внимание и придающего восприятию стабильность, режиссер использует небольшой прямоугольник висящей на стене картины. В ее-то пространстве пока никаких изменений нет. Каждая точка изображения сохраняет свое, навечно за ней закрепленное место на плоскости холста. Не удивительно, что ориентационная система картины подчиняет себе восприятие созерцающих. Введение героев в брейгелевский пейзаж осуществляется прежде всего путем укрупнения плана. При этом спокойная уравновешенность живописной композиции задает плавный ритм движения кинокамера плана к плану, благодаря чему созерцающий даже не входит, а, скорее, «вплывает» в изображение. Переходный (в буквальном смысле слова) и, пожалуй, наиболее важный момент — момент совмещения границ экрана и картины. С этого момента и начинается настоящее волшебство. Картина «втягивает», «вбирает» в себя кинозрителя. Сообщив нам новые правила ориентации, исчезла жесткая геометрическая рамка полотна. Проведенные сквозь нее

кинокамерой, мы очутились в мире, бесконечно превосходящем размерами не только прямоугольник холста, но и объем зала, откуда начали свое путешествие. Отныне ничто не мешает нашему углублению в картину. Напротив, мы обрели чудесную возможность ходить, летать, парить в бескрайнем и гармоничном пространстве пейзажа так, как желал того мудрый Мастер. Внимательный и расчетливый киноглаз выявляет и использует такие свойства изображения, благодаря которым мы все полнее вживаемся в него. Руководя нашими чувствами, линейная и воздушная перспективы безошибочно и настойчиво ведут нас от переднего плана вглубь, к горизонту; ритм линий, тона и цвета задает стройный порядок этого движения, контрасты приостанавливают, задерживая на какое-то время наше внимание; разница в масштабах заставляет почти физически переживать расстояния между деревьями, фигурами, домами: хочется задрать голову, рассматривая небо, ветви, птиц, мы сдерживаем дыхание, заглядывая за край холма в провал речной долины. Кажется, будто сами фигуры зашевелились, задвигались, как в пантомиме, странным образом и оставаясь на своих местах и сходя с них одновременно. Мы видим и как бы осязаем фактуру ткани, коры, камня, ощущаем жар пламени и холод снега. Зрение, самое могучее из наших чувств, влечет за собой массу двигательных, осязательных и прочих ассоциаций. Следует, конечно, добавить, что оживлению картины способствует уже упомянутое звуковое оформление (лай, крик птиц, звон колоколов и т.п.). Однако, можно с уверенностью сказать, что не будь его, восприятие наше, чутко настроенное Брейгелем и кинокамерой, самостоятельно извлекло бы из чувственного опыта соответствующие звуковые образы. Теперь мы понимаем, что кинокамера — этот «мыслящий глаз» режиссера — реализовала «свернутую» в структуре картины программу действий зрителя, то есть проделала ту работу, которую должен был совершить сам зритель. (Может быть, здесь уместно вспомнить о двойнике слова «кинофильм»- «кинокартина»!) Таким образом, средствами кинематографа здесь моделируется восприятие картины, в процессе которого зритель действительно проникает в мир изображения [5].

Медуза и Персей - эта мифологическая пара находится в состоянии уничтожения друг друга. В схеме Сартра существует борьба за «право наблюдения не будучи замеченным». Должны быть изобретены некоторые устройства или уловки, чтобы произвести иллюзию чистой субъективности. С такими устройствами возможны серьезные визуальные изменения в мире. Но все же Персей в казни Медузы смотрит на монстра только в отражении его солнечного щита, так что мы захватываем Другого, не во плоти, а в представлении, сохраняя дистанцированную онтологию.

Итак, временное завоевание Другого как объекта случается всюду. Когда Вы стоите перед кем - то с камерой в руке – «Медуза-эффект» определяется почти мгновенно, и теми кто смотрит и на кого смотрят. Или когда Вы беззащитный, парализованный страхом лежите на операционном столе, ваше тело становится объектом, поскольку пристальный, но невидимый для вас взгляд хирурга представляет как раз случай «наблюдения без возможности видеть», что напоминает наблюдение в структуре паноптикума [6].

Обращаясь к тем же самым символам, мы можем естественно вообразить, что живописец (мужчина, обычно) и его модель (женщина, часто обнаженная) являют подобную соперничающую пару - другой парой замещения непосредственного видения и его отражения. Хотя, сегодня портретисты часто предпочитают работать с фотографиями, а не с моделями. В некоторых чрезвычайных случаях живописец даже завязывал себе глаза после работы с моделью, чтобы образ был ярче. В книге Бойса описано, что Матисс одобрил эту моду, так как он верил, что, закрывая глаза, он видит объекты лучше, чем глазами открытыми [7]. Таким образом, художник старается избавиться от завораживающего «диктата» объекта. Все выше сказанное иллюстрирует проблему антагонистической пары «воспринимающий» (автор или зритель, читатель, слушатель; художник или субъект творчества) и «объект» (любая реальная действительность, объект восприятия, модель и т.д.), где первый поставлен в позицию избавления от гипнотического медузьега плена реального.

И еще, очень важно, с какими целями и каким инструментом отражения: реально-техническим средством или личным духовно-

интеллектуальным багажом тыходишь в естественно-природный или виртуальный мир искусства. Либо ты производишь, либо ты побеждаешь натуру. Наверное, в дизайн-образовании, с его отчетливой коммуникативной природой процесс противостояния обратный.

Библиографический список

1. *Sartre J-P.* Being and Nothingness: An Essay on Phenomenological Ontology. [Текст]: trans. Hazel E. Barnes/ London, 1986, abbr. to BN with the page number in the text and the notes that follow). P. 257.
2. *Bryson N.* The Gaze in the Expanded Field: Mision and Visual / ed. Hal Foster. [Текст]: New York, 1988. P.89
3. *Lacan J.* The Four Fundamental Concepts of Psycho-Analysis [Текст]: / trans. Alan Sheridan. New York & London, 1981. P. 84.
4. *Laforgue R.* Scotomization in Schizophrenia // Internatonal Journal of Psychoanalysis, 8 (1927). P. 354-356, 473.
5. *Даниэль С.* Искусство видеть: о творческих способностях восприятия, о языке линий и красок и о воспитании зрителя. [Текст]: Л.: Искусство, 1990. С. 171-175.
6. *Gatens M.* Imaginary Bodies: Ethics, Power and Corporeality. [Текст]: London & New York, 1996. P. 34-35.
7. *Bois K.M and Brilliant R.* Portraiture. [Текст]: Cambridge: Massachusetts, 1991. P. 77-78.

Глава 12. Медиакоммуникативная культура будущего дизайнера как способность и компетенция: портрет студента в интерьерах образования

Формирование «человека культуры» как целевая установка воспроизводства национальных ценностей не возможна без постоянного анализа и коррекции самого образа культуры. Поэтому, систему образования не может не привлекать проектная практика дизайна. Именно в этой сфере происходит обеспечение трансляции культурного, прежде всего, художественно-эстетического опыта и воспроизводство творческого потенциала общества. В силу своей специфики дизайнерское образование

наиболее гибко и оперативно реагирует на любые изменения в обществе, ориентируясь на непрерывный прогресс во всех сферах: науке и технике, экономике и политике, культуре и уровне жизни. Абитуриентам, поступающим на архитектурные (дизайнерские) специализации, мы склонны напомнить, в частности, о необходимых профессиональных и личностных качествах дизайнера. Речь идет об особом типе проектного мышления, творческом потенциале, принципиальной нацеленности на создание инновационных средовых форм, способности к преодолению по необходимости традиционных приемов и стереотипов, стандартных решений, методов и предписаний. Таким образом, мы ненавязчиво внушаем мысль, об избранности и кастовости профессии, и о том, что не каждый может стать дизайнером. Мы имеем в виду наличие необходимых субъектных черт личности, например, таких как уверенность в себе, дерзость мышления, «окаянство и кураж» в творчестве и т.д. Амплитуда дизайна сегодня необычайно разнообразна. Существует не только гамма его видов: от инженерного до арт-дизайна, но и ярко заявившая о себе практика т.н. «непредметного дизайна» - компьютерного, медиа- и пиар-дизайнов, дизайн-образования и др. В отличие от других видов дизайна их проектной задачей может явиться обеспечение функционирования систем деятельности, организация эмоциональных впечатлений или проектирование новых форм и средств целевого взаимодействия людей и объектов. Общим для дизайна является необходимость нахождения всякий раз нестандартного решения. Существует мнение, что время универсальных компетенций дизайна прошло и что в условиях его типологического разнообразия «совокупный дизайнер-педагог» каждый раз вправе будет определять необходимый и достаточный компонент в содержании подготовки будущего дизайнера в соответствии с конкретной специализацией. Что кстати и происходит в практике дизайн-образования. Вузы и колледжи страны с охотой и инициативно открывают подготовку дизайнеров по разным субнаправлениям, не взирая на профессиональную исходную направленность, материальную базу и кадровый состав собственного ОУ. В результате субстратные качества дизайна размываются, содержание художественно-эстетической и технической

составляющих профессии определяется, часто произвольно или по аналогии с уже адаптированными моделями подготовки. А в условиях художественных практик постмодернизма определение содержания феномена и вовсе становится размытым. Тем не менее, искусство, в любом случае, остается формой эмоционального самовыражения автора, в то время как дизайн не может утратить свое основное субстратное качество – соединение эстетического и утилитарного. Его деятельность, в целом, несет созидательное и прагматическое начало, при котором можно предполагать реализацию определенной практической социальной задачи. Поэтому, решая вопрос об организации подготовки специалиста для сферы дизайна, мы не можем обойти стороной проблемы соотношения начал художественной свободы и социальной продуктивности. Шок, вызов и эпатаж общественному мнению и вкусу – составляющих цели современного искусства – не должны составлять содержание наших дизайнерских практик. Художественное нестандартное решение в дизайне не должно быть безнравственным, аморальным, противоречить здравому смыслу и критериям эстетического вкуса. И, наконец, вторгаться в социально-правовое, либо в психофизиологическое личное пространство человека. Собственно, постмодернизм, не смотря на свою полипарадигмальную структуру художественного поля, тем не менее, провозгласил плюрализм, толерантность, корректность, а не агрессию.

Только уверенные и внутренне раскрепощенные личности, обладающие безупречным вкусом и чувством меры, могут рисковать, создавая художественные реалии, не нарушая при этом правовых и нравственных границ собственной дерзости.

Итак, дизайн-образование понимается нами не только как ограничение рамок исследования (воспроизводство кадров дизайна в специализированном вузе), но и указание на его специфику. Медиакультура как данность информационного общества по-разному проявляется в различных сферах социальных практик и профессиональных групп. Это относится и к области высшего образования. Так, например, в профессионально-педагогическом университете накоплен опыт подготовки дизайнера-педагога также связанный с процессами становления и развития компьютерных информационных

технологий. Хотя основная проблема здесь прежняя - соотношение специального (например, инженерного) и педагогического знания, понимаемое как особый вид педагогической интеграции. При формировании оптимальной модели и организации процесса подготовки дизайнера-педагога, в частности, решается в какой степени и как профессиональная ориентация «дизайнер» влияет на содержание другой составляющей «педагог» или насколько специфичны должны быть педагогические компоненты различных профессионально-педагогических квалификаций - инженер-педагог, технолог-педагог, художник-педагог, социолог-педагог и др. И на какой стадии обучения, и как может быть заявлена (или проявлена) эта специфика. Эти проблемы особенно актуальны в области медиакомпетенций, поскольку формулируются в условиях деятельности еще не окончательно сложившейся, еще не определившей свой социальный и профессиональный статус. Усиление информационно-технологической составляющей в деятельности современного специалиста архитектурного профиля обусловило использование для его обозначения медиакоммуникативных компетенций.

Медиакоммуникативная направленность представляет собой трансформацию различных форм компьютерного обучения в новое качество с преобразованием основных блоков: управленческого, содержательного, технологического, компетентностного. Реализация медиакоммуникативной направленности важна на этапе перехода процесса компьютерного обучения дизайнеров - от фрагментарности к системности.

Концепция медиакоммуникативной направленности в подготовке специалиста архитектурного профиля предполагает его динамику от актуального уровня, характеризующего современное состояние компьютерной подготовки абитуриента/студента, до фьючерного (должного, идеального) через промежуточные переходные этапы.

Новые информационно-педагогические технологии обучения студентов спецпредметам базируются на параллельном использовании общего интерактивного мультимедийного курса и профессионально ориентированного печатного учебного пособия. Они активизируют интерес студентов и вследствие этого ими достигаются лучшие результаты

в усвоении материала, творческой адаптации графических компьютерных программ, способствуют повышению качества подготовки специалистов по созданию веб-сайтов, в частности и др. Выделены три типа пользователей, в той или иной степени применяющие компьютер: профессионалы, конечные пользователи, любители. Современный этап характеризуется нарастающей «технологической» составляющей в «гуманитарном» образовании. Становятся реальностью медиатеки, представляющие собой синтез традиционных и новых (электронных) документов и ресурсов.

Формируется специфическое направление педагогической мысли – медиапедагогика, связанной с решением вопросов интеграции образования и компьютерных технологий. Включение новых образовательных ценностей в дизайн-образование потребует коррекции целей обучения и адаптации в использовании технологических достижений в специализированных областях медиакультуры.

Нами выделены следующие стадии формирования информационных компетенций технологической направленности: 1. компьютерная грамотность; 2. медиакомпетенция; 3. медиакультура.

Первая стадия – компьютерная грамотность – рассматривается как исторически непрерывно изменяющаяся структура в связи с трансформацией требований к системе знаний специалистов в данной области и охватывающая круг базовых компьютерных знаний и умений – единый для всех категорий пользователей, необходимый для успешного освоения и практического использования любого прикладного программного обеспечения. Конкретизируется структура компьютерной грамотности студента вузов культуры и искусств, характеризующая различные уровни умений и навыков в рамках формирования специализации.

Вторая стадия определена как формирование медиакомпетенции, представляющей собой способность студентов использовать профессионально ориентированные (программные) компьютерные знания и умения в учебном процессе и в будущей профессиональной деятельности.

Третья стадия развития профессиональных компетенций предстает как формирование общей медиакультуры, представляющей собой культуру взаимодействия человека с медиатехнологиями и ее особую разновидность – медиакommunikативную культуру.

Каждой стадии соответствует определенное содержание обучения и личностное отношение обучаемого к овладению фрагментами знаний и умений на том или ином этапе, что получило отражение в типологии профессиональных компетенций в дидактическом процессе.

Использование особых медиатехнологий в соответствии с уровнем начальной подготовки студентов стимулируют позитивную мотивацию к совершенствованию учебной деятельности и расширению собственного информационного тезауруса, совершенствованию умений и навыков по вектору движения от низших уровней компьютерной грамотности к медиакультуре. Перспективы современных образовательных технологий связаны с сетевыми технологиями, активным использованием информационных ресурсов Internet и преимуществом технологии Intranet, позволяющей реализовать информационно-технологическую составляющую модели подготовки специалиста архитектурного профиля.

В современном учебном процессе повышается роль мультимедийной образовательной цифровой среды, которая создает предпосылки для появления нового типа педагогического дискурса, в котором выстраивается новая схема образовательного процесса «ученик-учебник-учитель», где роль промежуточного звена – учебника – становится ключевой за счет перераспределения функции учителя в пользу обучающей среды. Особая роль отводится гипертекстовым технологиям, которые обладают целым рядом достоинств, позволяют создавать более естественный фон для познавательной активности обучаемых. Сетевые и мультимедийные технологии интенсифицируют процесс обучения через усиление мотивации обучающихся; создают разные естественные - искусственные контексты деятельности; поощряют коммуникативные акценты и работу в сотрудничестве с коллегами; повышают ответственность обучающихся за приобретение и совершенствование

собственных знаний и навыков; изменяют функции преподавателя в сторону наблюдения, инструктирования и консультирования.

Тем не менее, остается проблема адаптации отечественной культуры и образования к наступлению новой киберреальности. Она усугубляется колоссальным разрывом медиакультурных оснований различных социальных групп: поколений, ментальностей, региональных и этнических диаспор и т.д. Европейская высшая дизайнерская школа наименее болезненно восприняла необходимость перехода к подготовке бакалавров в массовом масштабе, отводя им роль разработчиков и прекрасно понимая, что магистров - идеологов дизайна нового качества, системных аналитиков в области формирования средового на уровне новейших концепций, потребуется существенно меньше. Значительно более болезненной оказалась необходимость реализовать этот качественный переход в сжатые сроки, приведя формат дизайнерского образования к схеме 3+2+3, и предполагая, что тот самый массовый «продукт» высшей школы – бакалавр - будет произведен за три года.

Понятно, что в условиях России, все еще отличающейся по сроку обучения в средней школе (11 лет вместо преобладающих в Европе 12), и, соответственно не дающей выпускнику определенной «порции» знаний, перейти к этой модели трудно, но схема 1+3+2+3 могла бы означать, что бакалавр выпускается за четыре года, магистр - за шесть, в то время как в течение первого года обучения весьма интенсивно изучаются именно те дисциплины, которые недодаются в школе, но которые в случае реформы отечественной средней школы должны бы исчезнуть из программ обучения в вузе. Вероятно, что преобладающими среди этих дисциплин могли бы стать дисциплины общие гуманитарные и социально-экономические, носящие описательный характер и вполне доступные для школьников.

В этой связи нельзя не заметить, что гораздо более сложным вопросом для высшей дизайнерской школы оказалось не то, сколько учить, а, как и чему учить. Сложившееся десятилетиями представление об обязательности определенного объема знаний, который до студента должен быть непременно донесен преподавателем, составило одну из основных причин устойчивого консерватизма в организации учебного

процесса. Неслыханная ранее степень свободы студента архитектурно-дизайнерской специальности с объемом недельной аудиторной нагрузки менее 20 часов представлялась поначалу трудно достижимой.

Невозможность развития высшего образования без использования инновационных технологий обучения стала очевидной. Переход к реализации Болонской декларации, став для большинства архитектурных школ Европы не предметом дискуссий, а реальностью, привел к радикальной интенсификации образования, уплотнив максимально содержание многих изучаемых дисциплин и вынудив студента самостоятельно изучать и анализировать большой объем информации. Как следствие, образование стало мотивированным и в вузы пришли студенты, которым нужны знания, а не диплом.

Проектирование модели образования по гибким, постоянно обновляемым схемам, с их непременной возможностью международной интеграции и коммуникации, с возможностью свободного выбора траектории обучения стало все более отличаться от отечественной модели дизайнерского образования, этапы развития которой можно отчетливо проследить по содержанию государственных образовательных стандартов различных поколений.

В преддверии завершения работы над очередным, третьим поколением стандартов, который, так или иначе, призван решить вопрос интегрирования отечественной дизайнерской школы в единое образовательное пространство Европы, есть все основания ожидать, что основной стратегический документ развития нашего архитектурного образования сможет ответить на этот вопрос положительно.

Одним из обязательных компонентов новой системы подготовки специалистов должна стать кредитно-модульная система с использованием международных эквивалентов объемов изучаемых дисциплин. Любые международные программы, предполагая мобильность студента не только в пределах страны, но и в пределах государств, участников Болонского процесса, предполагают структурирование программы обучения по универсальной шкале единиц, признаваемых всеми участниками.

Формирование в будущих специалистах той степени свободы и разумного радикализма, которые давали бы им шанс «вырваться» из масштабно отстроенной системы стандартных представлений, преодолевая границы, сегодня возможно за счет пересмотра устойчивых стереотипов, в итоге приводя к созданию предметно-средовых и виртуальных объектов нового поколения. Опасностью для них может стать существующая традиционная практика операционной проектной технологии создания предметного мира. Рано вовлекаемые в качестве «визуализаторов» творческих идей «авторитетов» они становятся удобным средством и «инструментом» в воспроизведении не самых прогрессивных проектных решений, с годами стабильно теряя интерес к противостоянию тривиально-рутинным подходам к проектированию. Способность к пересмотру консервативных констант в трактовке дизайнерской формы и овладение новыми приемами организации предметной среды становятся наиболее ценным «багажом» в образовании дизайнера. Необходимы новые коммуникативные сценарии, живых, полемических, креативных и виртуальных встреч. В РГППУ для студентов предполагается организовать Workshop по проблематике ВКР старшекурсников, которая окажется полезной при последующей разработке дипломных проектов. Киберпространство дает сегодня невиданные возможности для творчества и «окаянства». Например, сегодня свободно можно заходить на Международный ресурс для дизайнеров, открытый в США в 2009 году. В начале этого года в Нью-Йорке появился новый сайт CollabFinder, способный объединить дизайнеров и девелоперов для сотрудничества над персональными проектами. Дизайнеры из любой точки земного шара могут разместить на сайте свои профайлы с описанием личных достижений, своих работ, а также перспективами сотрудничества, в котором они в данный момент заинтересованы. Встроенная система ранжирования, используя набор веб-инструментов, определяет степень популярности того или иного индивидуального проекта и, основываясь на нем, определяет рейтинг дизайнера, который трудился над этим проектом. Члены CollabFinder, могут общаться между собой, обмениваясь сообщениями, а также просматривать и корректировать профайлы. Миссия

ресурса очевидна, он реально помогает профессионалам в сфере строительства найти друг друга для совместной работы над интересным проектом. Или ресурс <http://www.1000ideas.ru> Бизнес идеи со всего мира (Раздел дизайна и архитектуры) уже сейчас содержит более 10 тысяч предложений, способных составить не только объект дипломных работ, но и дать креативный импульс любому профессионалу. Удачи тебе, студент!

Сведения об авторах

Глазырина Елена Юрьевна - доктор педагогических наук, профессор, заведующий кафедрой музыкально-компьютерных технологий Российского государственного профессионально-педагогического университета, Екатеринбург

Гончаров Сергей Захарович – доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой философии и культурологи Института Искусств Российского государственного профессионально-педагогического университета, Екатеринбург

Захарова Галина Борисовна – кандидат технических, доцент, декан факультета Прикладной информатики Института Урбанистики Уральской государственной архитектурно-художественной академии, Екатеринбург

Зиммерман Игорь – арт-дизайнер, выпускник Королевского колледжа дизайна, Стокгольм, Швеция

Кавано Хироши – профессор кафедры прикладных эстетических исследований, директор муниципального Инженерно-технического института, Токио, Япония

Климов Виктор Петрович – член Союза дизайнеров России, кандидат педагогических наук, профессор Института Искусств Российского государственного профессионально-педагогического университета, Екатеринбург

Климова Галина Павловна - кандидат педагогических наук, доцент Факультета повышения квалификации Российского государственного профессионально-педагогического университета, Екатеринбург

Пучков Максим Викторович – кандидат архитектуры, доцент
Уральской государственной архитектурно-художественной академии, г.
Екатеринбург

Соломатин Александр Михайлович – кандидат физико-
математических наук, доцент, директор Института Урбанистики
Уральской государственной архитектурно-художественной академии,
Екатеринбург

Тойама Кикико – профессор кафедры современной эстетики
Токийского университета, Токио, Япония

Научное издание

МЕДИАКОММУНИКАТИВНАЯ КУЛЬТУРА СТУДЕНТОВ
СОВРЕМЕННОГО ВУЗА В КОНТЕКСТЕ ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ

Коллективная монография

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать Формат 60 x 84/16. Бумага для множ. аппаратов.
Печать плоская. Усл. печ. л. 12,3 Уч.-изд. л. 12,6 Тираж 100 экз. Заказ № 5.70
ГОУ ВПО «Российский государственный профессионально-
педагогический университет». Екатеринбург, ул. Машиностроителей, 11.

